



The Global Language of Business

# Digitale Verantwortung.

GS1 Germany – Jahresbericht 2016.



<b>6</b>	<b>Digitale Verantwortung – Prolog</b>
<b>8</b>	Vorwort des Aufsichtsrats
<b>10</b>	Vorwort der Geschäftsführung
<b>12</b>	<b>Digitale Lösungen – Angebotsportfolio</b>
<b>15</b>	GS1 Complete
<b>24</b>	GS1 Services
<b>30</b>	GS1 Consulting
<b>34</b>	GS1 Academy
<b>40</b>	<b>Digitale Tragweite – Märkte</b>
<b>43</b>	Technische Industrien
<b>46</b>	Supply Chain Management
<b>50</b>	Healthcare
<b>54</b>	Mobile Payment
<b>56</b>	<b>Digitale Verantwortung – Unternehmen</b>
<b>60</b>	Gremienstruktur, Projektmanagement, Innovation
<b>63</b>	GS1 Knowledge Center
<b>68</b>	GS1 Aufsichtsrat
<b>69</b>	Gesellschafter und Beteiligungen
<b>72</b>	<b>Digitale Zukunft – Ausblick</b>
<b>74</b>	Impressum

# Digitale Verantwortung.

## Prolog.

Die Welt ist im Umbruch und Veränderungen sind keine Phase mehr, sondern ein Zustand, den es zu meistern gilt. Die vierte industrielle Revolution durch die fortschreitende Digitalisierung ist ausgerufen. Der Mensch ist permanent online, Maschinen kommunizieren untereinander, Waren steuern ihre eigene Produktion. In allen Lebensbereichen potenzieren sich Vernetzung, Komplexität und Abhängigkeiten und gleichzeitig stehen Fragen nach Beherrschbarkeit, Verantwortung und Sinnhaftigkeit im Raum. Dabei ist es Fakt: Veränderungen menschlichen Verhaltens sind stets Voraussetzung für wirtschaftliche Umwälzungen. Dies ist heute nicht anders als zu Zeiten der ersten industriellen Revolution. Es ist der Faktor Mensch, der in jeder industriellen Revolution eine entscheidende Rolle gespielt hat. Und dennoch stellt sich die Frage, was uns in einer scheinbar voll digitalisierten Welt unabdingbar macht. Die logische Antwort: Der Kern unseres Seins – Intuition, Werte und Empathie. Je komplexer Industrie und Handel werden, desto wichtiger wird menschlicher Verstand. Und so tragen ausschließlich wir sie – die Verantwortung für die digitale (R)evolution.

# Mit neuen Strategien neuen Herausforderungen begegnen.

Die Welt ist im Umbruch. Initiiert durch die fortschreitende Digitalisierung nimmt die Vernetzung von Dingen, Systemen und Maschinen kontinuierlich zu. Zugleich steigt die Geschwindigkeit, mit der sich Anforderungen verändern, sich Technologien weiterentwickeln und folglich zukunftsrelevante Entscheidungen benötigt werden. Kurz gesagt: Die Digitalisierung hat die Übergänge der Wertschöpfungskette fließend werden lassen, ihre Akteure aufgerüttelt und ein neues industrielles Zeitalter eingeleitet.

Von der Supply Side bis zur Demand Side, vom Erzeuger bis zum Konsumenten verändern sich die Prozesse und verschieben sich die Rollen. Unternehmen jeder Branche und Größe stehen dadurch vor der Herausforderung, zukünftige Chancen und Risiken in einem immer komplexer werden Geschäftsumfeld zu identifizieren und zu bewerten. Und dabei gilt es den Blick dafür zu bewahren, Geschäftsmodelle an einem signifikanten Mehrwert für seine Anwender, Nutzer und Kunden auszurichten.

Die Wertschöpfungskette hat sich weiterentwickelt. Ihr Digitalisierungs- und Automatisierungsgrad ist exponentiell gestiegen und damit ihre Transparenz, Produktivität und globale Leistungsfähigkeit. Da erscheint es erstaunlich, dass ein wesentlicher Beitrag dafür nach wie vor dem Faktor Mensch zugeschrieben wird. Und wiederum auch nicht, denn unsere jahrzehntelange Arbeit auf der Plattform GS1 Germany ist ein Beleg dafür.

Selbstverständlich stehen die Kernthemen der digitalen Agenda im Mittelpunkt aller Unternehmen der GS1 Community, aber der Bedarf an Kooperation und das Bewusstsein einer gemeinsamen Verantwortung für eine nachhaltige Zukunft ist aktueller als je zuvor. Die Intensivierung von Kooperationen über die Unternehmensgrenzen hinweg auf Basis gemeinsamer Standards ist ebenso wichtig wie die Entwicklung neuer Technologien und Services für die digitale Potenzialausschöpfung.

Folglich ist es nur logisch und konsequent, dass das Geschäftsjahr 2016 von GS1 Germany unter dem Zeichen von effizienter Entwicklungsarbeit für die Herausforderungen der Digitalisierung stand. Nicht nur das Leistungsportfolio, sondern auch Strukturen und Prozesse galt es auszubauen und anzupassen. Branchenübergreifende Initiativen zur Optimierung der Qualität von Produktinformationen, die Entwicklungen von Standards und Services für den E-Commerce-Bereich und nicht zuletzt das Engagement, die Big Player der Online-Branche von den Standards der Plattform GS1 Germany zu überzeugen, sind Belege dafür. GS1 Germany ist und bleibt auch zukünftig ein verlässlicher Partner für innovative Technologien, effiziente Prozesslösungen und kooperative Ansätze für die Wertschöpfungskette von morgen.



Stephan Füst-Molnár



Frank Wiemer



**Stephan Füst-Molnár**  
Vorsitzender des  
Aufsichtsrats



**Frank Wiemer**  
Stellvertretender Vorsitzender  
des Aufsichtsrats

# GS1 Germany – Strategien für Digitalisierung.

Die vierte industrielle Revolution rollt mit hoher Geschwindigkeit auf uns zu, und es gibt kaum ein Unternehmen, das sich derzeit nicht aufmerksam mit den Auswirkungen und Herausforderungen der Digitalisierung und Automatisierung auseinandersetzt. Eine enorme Veränderungsdynamik und steigende Komplexität prägen die Welt des Handels, der Hersteller und des Konsums. So gilt es mehr denn je, Trends schnellstmöglich zu erkennen, sie zu antizipieren, in neue Geschäftsmodelle zu integrieren bzw. zu transformieren und dabei gleichzeitig Ergebnisorientierung und Transparenz durch adäquate Strukturen sicherzustellen. Ein Anspruch, dem GS1 Germany durch seine Führungsrolle im internationalen Entwicklungsprozess für Standards und Prozesse seit über 40 Jahren nachkommt.

Im Geschäftsjahr 2016 konnten wir dies einerseits durch bedeutende Produktinnovationen für die nahezu vollends digitalisierten und globalisierten Wertschöpfungsketten, andererseits aber auch durch eine wegweisende Neuausrichtung der Strukturen in der kollaborativen Entwicklungsarbeit zwischen den Beteiligten der Wertschöpfungsketten nachdrücklich unter Beweis stellen. Unser Ziel: die Schaffung von optimalen Lösungsansätzen für unsere Kunden, um zielgerichtet in wettbewerbsfähige Geschäftsmodelle zu investieren.

Insbesondere im Hinblick auf den hybriden Konsumenten haben wir 2016 unsere Aktivitäten im Bereich Category Management und Shopper Marketing weiter vorangetrieben. Eine neu erarbeitete Anwendungsempfehlung zu Omni-Channel Retailing sowie mittlerweile mehr als 2.500 zertifizierte ECR Category Manager aus Handel und Industrie sprechen dabei für sich.

Doch nicht nur im B2C-Bereich konnte GS1 Germany seine Stellung als neutrale Kompetenzplattform behaupten und ausbauen. Auch im B2B-Kontext ist es GS1 Germany gelungen, zu einer weiter erhöhten Effizienz der Wertschöpfungsketten von Industrie und Handel beizutragen. Dies belegen nicht nur weiter steigende Umsetzungsraten unserer Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards insbesondere im Bereich E-Commerce, sondern auch gemeinsam mit Industrie und Handel initiierte Projekte, die auf Effizienzsteigerungen im unternehmensübergreifenden Kontext abzielen.

So wurde im vergangenen Jahr beispielweise der Aufbau eines Data Quality Gates forciert, das eine 100-prozentige Produktdatenqualität im Austausch zwischen Handel (offline wie auch online) und Industrie gewährleisten soll. Jüngste Ergebnisse im Rahmen eines ersten Pilotprojekts von 200 Industrie-Unternehmen zeigen hierbei bereits deutliche Verbesserungen in der Qualität ihrer Produktdaten und lassen hoffen, dass alsbald eine „Trusted Database“ geschaffen werden kann.

Denn Daten sind die DNA aller Wertschöpfungsketten. Dies wird insbesondere an unserem Rückverfolgbarkeitsservice fTrace deutlich, da eine umfassende Transparenz in der Lieferkette nur gewährleistet werden kann, wenn akkurate und aktuelle Daten auf jeder einzelnen Verarbeitungsstufe und auf einer für alle Stakeholder zugänglichen Plattform verfügbar sind. Folglich haben wir unseren fTrace Service im vergangenen Geschäftsjahr zum weiteren Ausbau der Plattform, aber auch zur Festigung unserer Position im Bereich Traceability in eine eigenständige Tochtergesellschaft ausgegründet.



Jörg Pretzel  
Geschäftsführer  
von GS1 Germany

Doch nicht nur im Bereich Traceability hat sich GS1 Germany im vergangenen Jahr zur Erfüllung zukünftiger Herausforderungen neu aufgestellt. Die Gremien und Fachgruppen, die die zentralen Strukturen und Plattformen für die Entwicklung von Standards, Prozessen und Services sicherstellen, wurden ebenfalls auf eine stärkere Marktorientierung und transparentere Projektarbeit ausgerichtet. Kern ist das Zusammenspiel von ständigen wie temporären branchen- und fachspezifischen Expertengruppen in Kombination mit Auftrags- und Entscheidungsgremien. Damit schaffen wir mit einem kollaborativen und transparenten Ansatz marktorientierte Lösungen für die multiplen Anforderungen der Digitalisierung.

Ebenfalls eine bedeutende Investition in die Zukunft ist der Aufbau unseres „magischen Dreiecks“ bestehend aus Knowledge Center, Expertenkreis Innovation und Wissenschaft. Denn in einer von permanentem Wandel getriebenen Welt sehen wir uns als entscheidende Kraft in der Entwicklung innovativer Lösungen und als Wissensträger für alle Branchen der Wirtschaft. So wurde das Thema Innovation bereits 2013 in der Organisation verankert. Mit dem für 2017 geplanten „Expertenkreis Innovation“ werden nun weitere integrative Prozesse

für die Ideen- und Trendentwicklung durch Unternehmensvertreter verschiedener Branchen sowie der Wissenschaft nachhaltig bei GS1 Germany etabliert.

Die physische Plattform für diese Aktivitäten ist das GS1 Germany Knowledge Center – seit über sieben Jahren Think Tank und Treffpunkt für Wissenschaft, Industrie und Handel. Um dies auch in Zukunft sicherzustellen, standen 2016 noch einmal alle Bestandteile des Knowledge Centers auf dem Prüfstand. Ergebnis ist eine Konzeption für einen Relaunch im Jahr 2017, die nicht nur dem State-of-the-Art-Anspruch entspricht, sondern vor allem einer ganzheitlichen Positionierung als Kompetenz-, Trainings- und Innovationszentrum gerecht wird.

Zusammengefasst war das Geschäftsjahr 2016 für GS1 Germany wieder von einem starken Wachstum in der Umsetzung und der Entwicklung von neuen Lösungsansätzen geprägt.

*J. Pretzel*  
Jörg Pretzel

A server room with rows of server racks. In the foreground, a hand in a dark suit sleeve holds a tablet computer, which is semi-transparent and shows a server rack. The room has a tiled floor and a ceiling with recessed lighting.

# Digitale Lösungen.

## Angebotsportfolio.

Digitalisierung ist kein Produkt – sondern eine ganzheitliche Struktur. Sie zieht sich durch alle Bereiche unseres Lebens, formt neue Abläufe, fordert neue Prozesse. Digitale Innovation braucht Menschen, die die Sprache von Industrie und Handel sprechen. Effiziente und nachhaltige Supply Chains, Rückverfolgbarkeit in Echtzeit, kundenorientierte Sortimentoptimierung sind nur ein paar von unzähligen Möglichkeiten, die durch die Digitalisierung Realität geworden sind. Der fehlende Baustein: Menschen mit dem richtigen Know-how, um sie zu implementieren – branchenübergreifend und global. GS1 Germany liefert dort Lösungen, wo Handel und Industrie nach Antworten suchen. Bietet ein Netzwerk der Synergie. Entwickelt die Lösungen mit der nötigen Erfahrung aus über 40 Jahren.

# Strategische Neuausrichtung des Angebotsportfolios.

GS1 Germany bietet Kunden aus Industrie und Handel Lösungen zur Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette – branchen- und unternehmensübergreifend. Im Fokus dieser Lösungen steht zum einen der effiziente Einsatz von Ressourcen und zum anderen die transparente Kommunikation für verschiedenste Geschäftsprozesse, von der nachhaltigen Logistik bis hin zur Produktinformation in Webshops. Da diese Geschäftsprozesse zunehmend digitalisiert ablaufen, spielen Standards eine immer wichtigere Rolle. Sie müssen weiterentwickelt werden und mit der rasanten Entwicklung Schritt halten. 2016 war hierfür ein besonderes Jahr. Einmal mehr hat GS1 Germany die Weiter-, aber auch Neuentwicklung von Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards vorangetrieben.

Um die Kundenanforderungen jedoch über die Umsetzung einzelner Standards hinaus zu erfüllen, erfolgte eine strategische Neuausrichtung des Angebotsportfolios. Das Leistungsspektrum wurde neu definiert und mit Services angereichert, mit denen Stammdaten, Rückverfolgbarkeitsdaten, Produkt- und Unternehmensinformationen für heutige und zukünftige Einsätze fit gemacht werden können. Als weitere Bausteine des Angebotsportfolios wurden das GS1 Consulting und die GS1 Academy eingeordnet. Beide Dienstleistungsbereiche bieten Unterstützung entweder in Implementierungsprojekten oder in der Weiterbildung. So trainiert GS1 Germany Fachleute aus Unternehmen in der Anwendung der Standards, im Datenmanagement, in Technologien und Prozessen.



## GS1 Complete bündelt GS1 Standards in einem Leistungspaket.

GS1 Complete ist das Herzstück des im letzten Geschäftsjahr eingeführten Angebotsportfolios. Es umfasst sämtliche Identifikationsstandards, also Lokationsnummer, Artikelnummer, Nummer der Versandeinheit usw., alle Datenträger vom EAN-Barcode bis zum elektronischen Product Code, alle Kommunikationsstandards für den digitalen Informationsaustausch und die Prozessstandards, die die Abläufe in der Supply Chain oder im Category Management beschreiben. In diesen vier Disziplinen hat GS1 Germany auf nationaler und globaler Ebene Weichen für die digitale Zukunft gestellt und die Funktionalitäten des GS1 Complete Pakets gemäß den Anforderungen des Marktes ausgebaut.



### Die Globale Lokationsnummer kennzeichnet GPS-Koordination oder IP-Adressen.

Weltweit besitzen mehr als eine Million Unternehmen eine Globale Lokationsnummer, kurz GLN. Sie ist wie ein Fingerabdruck im nationalen und internationalen Geschäftsverkehr und macht Unternehmen so unverwechselbar. Mit der GLN können Unternehmen und Unternehmensteile, wie Standorte oder Lager, eindeutig und überschneidungsfrei identifiziert werden. Doch mobile und digitale Entwicklungen warfen neue Fragen zur Identifikation im virtuellen Raum auf. Deshalb hat GS1 die global gültigen Vergaberegeln der GLN aktualisiert und so mehr Klarheit im Hinblick auf zunehmend digitalisierte Prozesse geschaffen. Über 110 Länderorganisationen haben sich darauf verständigt, dass eine GLN für die Identifikation von vier verschiedenen Lokationstypen genutzt werden kann: Das sind zum einen juristische Personen, wie zum Beispiel Unternehmen oder Behörden. Zum anderen steht die GLN Funktionen, also Organisationseinheiten wie dem Rechnungswesen und der Logistik, zur Verfügung. Sie identifiziert außerdem physische Standorte wie die Postadresse einer Filiale und ebenso virtuelle Lokationen wie Web-, IP- und E-Mail-Adressen oder GPS-Koordinaten. Die Aktualisierung definiert zudem, wann eine GLN gleichzeitig für mehr als eine Lokation nutzbar ist.

### Neue GTIN oder nicht? Der GTIN Management Standard klärt Identifikation von Produkten.

Auch die Vergaberegeln für die globale Artikelnummer GTIN (Global Trade Item Number) wurden im letzten Jahr überarbeitet. Vor allem der Omni-Channel Commerce erforderte eine Anpassung. Will ein Hersteller ein relevantes Detail an einem Produkt ändern, könnte das für den Konsumenten möglicherweise kaufentscheidend sein. Was im stationären Einzelhandel direkt auf der Verpackung steht, kann im Online-Shop einen immensen Aufwand bedeuten. Denn für eine eindeutige Identifikation müsste je nach Änderung des Produkts eine neue GTIN vergeben werden. So entstand in der globalen GS1 Anwender-Community der Wunsch, unterschiedliche Änderungsgründe bei der GTIN-Vergabe insbesondere vor dem Hintergrund der Anforderungen des Omni-Channels zu berücksichtigen. Um die Interessen der Händler und Hersteller in Deutschland zu wahren, hat GS1 Germany einen entsprechenden Arbeitsantrag gestellt und die globale Entwicklungsarbeit aktiv begleitet. Von der Antragstellung bis zur Veröffentlichung des neuen GTIN Management Standards vergingen nur 25 Wochen, sodass schnell eine Entscheidungshilfe zur Verfügung stand, die klärt, wann eine neue GTIN erforderlich ist und wann nicht.



## Die GTIN – unverzichtbarer Bestandteil im Omni-Channel Commerce.

GS1 Complete überzeugte auch 2016 eine steigende Anzahl von neuen Kunden, das umfassende Spektrum an Möglichkeiten entlang der gesamten Wertschöpfungskette für sich zu nutzen. Doch ein Standard machte gerade letztes Jahr Furore. Die seit 40 Jahren meistgenutzte EAN, also die globale Artikelnummer **GTIN**, hat vor allem im digitalen Markt eine neue Durchschlagskraft erhalten.

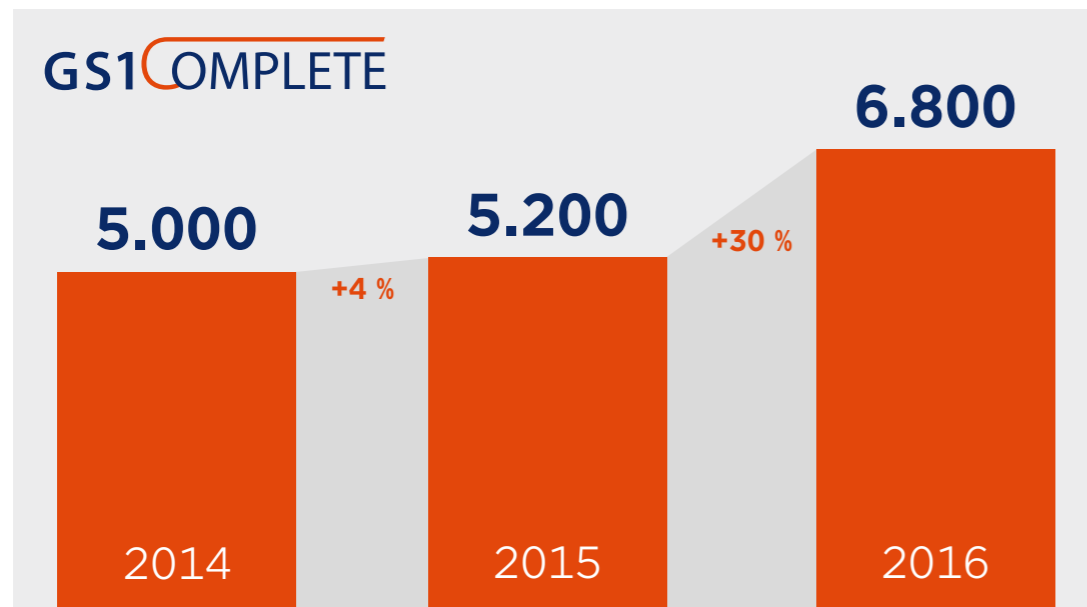
Mit Amazon, Google, eBay und Alibaba schreiben nunmehr vier weltweit agierende Online-Marktplätze den Einsatz der GTIN zur eindeutigen Identifikation von Produkten vor. Mit der Global Trade Identification Number lassen sich Online-Angebote nutzerfreundlicher strukturieren und eigene Prozesse effizienter gestalten.



Entwicklung der GS1 Complete Neukunden im Einzel- und Online-Handel, Stand: 31.12.2016.

*Weltweit wird der Barcode, der die globale Artikelnummer GTIN verschlüsselt, täglich fünf Milliarden Mal gescannt.*

Überblick über die Entwicklung der GS1 Complete Neukunden insgesamt, Stand: 31.12.2016.



### Alibaba, Amazon, eBay, Google – die vier Großen setzen auf die GTIN.

Bereits seit Juni 2015 verpflichtet eBay seine Verkäufer in einigen Kategorien dazu, die Produktkennzeichnung von neuen und vom Hersteller generalüberholten Markenartikeln mit der GTIN vorzunehmen. Seit dem 31. Januar 2016 müssen in diesen Kategorien auch Artikel mit Varianten gekennzeichnet werden. Seit dem 29. Februar wird diese Pflicht auch auf Angebote „Gültig bis auf Widerruf“ erweitert. Die standardisierte Kennzeichnung sichert aber nicht nur den Verbraucher, sondern auch die Verkäufer ab: Ihre Angebote können besser beworben werden, lassen sich ohne manuellen Aufwand in die eigenen Warenwirtschaftsprozesse integrieren, die Sichtbarkeit in Suchmaschinen wird optimiert und damit steigen auch die Verkaufschancen. Seit Mai 2016 müssen alle Artikel bei Google, die vom Hersteller mit

einer **GTIN** versehen wurden, auch von Händlern mit dieser Nummer ausgewiesen werden. Passiert das nicht, kann Google, ähnlich der Praxis beim Online-Marktplatz Amazon, die Produkte ablehnen und macht zudem das Schalten von Anzeigen zur Produktwerbung nicht mehr möglich. So konnte die GTIN-Nutzung am Ende nicht nur die Anzeige von Produkten um bis zu 20 Prozent steigern, sondern führte auch dazu, dass diese um bis zu 40 Prozent öfter angeklickt wurden.

*Google:  
40 Prozent  
höhere Conversion  
Rate durch  
GTIN-Nutzung.*

**„Die GS1 Standards in Bezug auf Artikelnummern verhelfen Konsumenten zu mehr Transparenz und sorgen im Retail-Geschäft für effiziente und sichere Prozesse.“**

Rocco Bräuniger, Director Consumables, Amazon EU S.à r.l.

#### Verbraucherschutz durch GTIN.

*Schneller. Transparenter. Unkomplizierter. Die Anforderungen der Kunden und Gesetzgeber an Online-Händler steigen unaufhörlich – und gehen einher mit der steten Entwicklung der Digitalisierung im Retail-Segment. Ein Bereich, der Verantwortung für Vernetzung einfordert.*

*Um der Weiterentwicklung in der Nachfrage gerecht zu werden, suchen Online-Händler wie Amazon nach modernen Standards, die nicht nur die Prozesse entlang der Wertschöpfungskette effizienter und transparenter gestalten, sondern Kunden und Anbieter gleichermaßen ein Mehr an Sicherheit bieten. Amazon prüft daher seit Mitte vergangenen Jahres sein gesamtes Sortiment auf die Echtheit der von den Händlern angegebenen globalen Artikelnummer GTIN. Angebote, deren GTIN nicht mit den Datenbanken von GS1 übereinstimmen, werden von Amazon aus dem Produktkatalog entfernt, und die Händler laufen Gefahr, ihre Verkaufsberechtigung zu verlieren. Das Datenmanagement für die Zehntausenden von Händlern und Lieferanten, die Amazon unter einem Dach vereint, wurde in Zusammenarbeit mit Experten von GS1 Germany basierend auf GS1 Standards optimiert. Die Artikelnummer GTIN sorgt hier also nicht nur für eine einfachere Produktfindung und -nachverfolgbarkeit für den Kunden, sondern schützt ihn gleichermaßen vor vermeintlicher Produktpiraterie.*

Auch der E-Commerce-Anbieter Alibaba empfiehlt seit dem vergangenen Jahr seinen Händlern die Identifikation sämtlicher Produkte durch die globale Artikelnummer GTIN und schreibt damit die Erfolgsgeschichte der GS1 Standards fort.

Ausgehend von diesen Marktentwicklungen hat das Kernprodukt des GS1 Angebotsportfolios auch 2016 ein deutliches Wachstum erfahren und kann mit 2.951 Neukunden alleine im Einzel- und Online-Handel großen Zuwachs verzeichnen.

## Neue Standards im Angebotsportfolio und Leistungspaket GS1 Complete.

Jede Branche, jeder Produzent oder Händler und jeder Entscheider in Unternehmen sucht Wege, das Business jeden Tag ein bisschen besser zu machen. Auch GS1 Germany hatte vielfältigste Entwicklungsaufgaben auf der Agenda 2016: Die GTIN brauchte eine semantische Übersetzung ins Web, die Logistikbranche fragte nach neuen Wegen für eine kooperative Palettenbewirtschaftung in Deutschland und vieles mehr. Ein breites Spektrum an Aufträgen, die GS1 Germany dank seiner qualifizierten Experten und der hervorragenden Zusammenarbeit mit den Kunden erfolgreich abschließen konnte.

### Der GS1 Standard SmartSearch ist die erste Erweiterung von Schema.org.

Die meisten Produktkäufe beginnen heutzutage im Internet, nicht selten mit dem Aufruf einer Suchmaschine. Damit etwa die eindeutig mit einer GTIN gekennzeichneten Produkte möglichst schnell und sicher gefunden werden, hat GS1 auf globaler Ebene GS1 SmartSearch entwickelt. GS1 SmartSearch wurde als externe Erweiterung von Schema.org programmiert, einer universellen Auszeichnungssprache für das Web, um Daten strukturiert in Webseiten zu integrieren und gut abrufbar zu machen. Da führende Suchmaschinenanbieter wie Google, Microsoft, Yahoo und Yandex Schema.org unterstützen, können Firmen durch Anwendung dieser Auszeichnungssprache – insbesondere der GS1 SmartSearch Erweiterungen – Suchanfragen zu ihren Produkten und ihrem Unternehmen bedeutend optimieren.

Experten aus Handels- und Industrieunternehmen sowie von Suchmaschinenanbietern arbeiteten gemeinsam an GS1 SmartSearch. Ziel war es, insbesondere Webmastern, Internetagenturen und anderen Dienstleistern zu helfen, Produkte auf Webseiten richtig auszuzeichnen und sie gleichzeitig mit der Vielzahl ihrer Attribute für die Suchmaschinen leichter auffindbar zu machen.

### Tesco testet erfolgreich GS1 SmartSearch.

Die britische Einzelhandelskette Tesco nutzt GS1 SmartSearch bereits weltweit auf ihren internationalen E-Commerce-Websites. Die Plattform wurde so angelegt, dass die gleiche E-Commerce-Anwendung für Lebensmittel simultan in mehreren Ländern nutzbar ist, gleichzeitig aber auch lokale Produkte, Preise und Lieferservices der einzelnen Länder bieten kann. Tesco verwendet das GS1 SmartSearch Basisvokabular bereits in Polen, der Slowakei, Tschechien, Ungarn, Thailand und Malaysia. Großbritannien und Irland sollen 2017 folgen. Die globale Einzelhandelskette plant zudem, das Basisvokabular auf die umfassenden Möglichkeiten des gesamten GS1 SmartSearch Spektrums auszuweiten. Erste Ergebnisse zeigen bereits: Suchanfragen bei Google listen die Produkte von Tesco im nicht durch kostenpflichtige Anzeigen gestützten Ranking kontinuierlich an erster Stelle oder auf einem der oberen Plätze.

### Neuer Datenträger zur Rückverfolgbarkeit von Tabakprodukten.

Die Europäische Tabakprodukttrichtlinie (2014/40/EU) fordert ab dem 20. Mai 2019 ein System zur Rückverfolgbarkeit von Tabakprodukten wie Zigaretten und Tabak zum Selbstdrehen. Deshalb befindet sich ein weiterer neuer Standard in der GS1 Entwicklungspipeline: der GS1 DotCode – ein schnell zu druckender Barcode zur Rückverfolgbarkeit. Der in höchster Geschwindigkeit druckbare, zweidimensionale **GS1 DotCode** bietet eine ideale Lösung für betroffene Unternehmen. In ihm lassen sich sowohl die globale Artikelnummer GTIN als auch Seriennummern verschlüsseln – die Grundlage für Rückverfolgbarkeit von Produkten.

Ein globaler Arbeitskreis, zu dem auch deutsche Vertreter von Unternehmen wie Metro und Lekkerland gehören, prüft seit Mitte 2016 die Spezifikation und Integration dieser High Speed-Lösung als GS1 Standard. Die Aufnahme des DotCodes für Tabakprodukte in das GS1 Portfolio ist für Ende 2017 geplant.

*Pro Minute können rund 1.000 DotCodes gedruckt werden.*

### GS1 Standard EPCIS öffnet Tür für Industrie 4.0 und erhielt dafür den DIN-Innovationspreis 2016.

Im Internet der Dinge kommunizieren beliebige Gegenstände miteinander. Diese smarten Objekte können unter anderem mithilfe integrierter Sensoren Luftfeuchtigkeit, Druck oder auch Licht erkennen. So werden Gegenstände immer häufiger in die Lage versetzt, ihre Umgebung zu beobachten, die daraus gewonnenen Informationen zu sammeln, auszuwerten und mit übergeordneten Systemen zu teilen. Die Anforderungen an ein Schnittstellen- und Kommunikationskonzept zur Verwendung dieser Daten zwischen Sensor- und übergeordneten betrieblichen Informationssystemen legt die DIN SPEC 91329 fest. Sie fußt auf dem Schnittstellenstandard EPCIS und wurde von GS1 Germany in enger Zusammenarbeit mit dem FIR e. V. und dem Werkzeugmaschinenlabor (WZL) an der RWTH Aachen, MSR Technologies, Psipenta Software Systems, der Sick AG und dem Fraunhofer-Institut für Werkzeugmaschinen und Umformtechnik IWU entwickelt. Ausgezeichnet wurde diese Arbeit mit dem DIN-Innovationspreis 2016. Der Preis würdigt alljährlich Standardisierungsprojekte für zukunftsweisende Forschungsvorhaben oder innovative Geschäftsideen.

## Experten erarbeiten Einigkeit in der Nutzung und Implementierung von GS1 Standards.

GS1 Germany brachte auch im vergangenen Geschäftsjahr die richtigen Experten zusammen: die interessierten und betroffenen Marktteilnehmer aus Industrie und Handel sowie die Profis für die Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards. Unter dem Dach von GS1 Germany als neutralem Kompetenzzentrum wurden neue **Marktanforderungen** definiert, ganzheitlich und prozessorientiert analysiert und in kollaborative Lösungen überführt. Sie orientieren sich an ganz konkreten Aufgabenstellungen und nutzen die vorhandenen technischen Möglichkeiten sinnvoll aus.

*Allein 2016 wurden weltweit über 530 Arbeitsanträge, sogenannte Work Requests, zur internationalen Standardentwicklung eingereicht.*

### Einigkeit auf allen Ebenen.

Ist sich das Gremium einig, bestimmte Prozesse mithilfe von GS1 Standards zu optimieren, fasst GS1 Germany praxisnahe Empfehlungen, die vor allem die branchenspezifische Anwendung und Implementierung von GS1 Complete und der damit verbundenen Standards unterstützen. So beschreibt beispielsweise eine Anwendungsempfehlung die optimalen Prozessgestaltungen mithilfe der elektronischen Kommunikation (EDI) für verschiedene Geschäftsmodelle in der textilen Vorproduktion. Hierbei werden Erfahrungen aus der Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Einzelhandel (Downstream) auf die Vorlieferkette (Upstream) übertragen.

Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Gremienarbeit ist die Einigung von Handel und Industrie auf einen einheitlichen Prozessablauf für die Warenverrechnung. Mit der elektronischen Wareneingangsmeldung (RECADV – Receiving Advice) bestätigt der Empfänger einer Lieferung, dass die richtige Ware in der richtigen Menge und der richtigen Qualität bei ihm eingetroffen ist – oder eben nicht. Ein drittes Beispiel ist die GDSN-Anwendungsempfehlung für global gültige und eindeutige Regeln zur Abmessung von Produktverpackungen. Dank ihrer lässt sich Einheitlichkeit in Hinblick auf kritische Informationen im Logistikprozess oder Regalmanagement wie Höhe, Breite und Tiefe von Artikeln schaffen mit dem Ziel, die Kommunikation über Konsumenteneinheiten und sämtliche Verpackungsebenen zu vereinfachen.

Neben der Neuentwicklung gab es auch umfangreiche Updates bestehender Empfehlungen, die an aktuelle Marktgegebenheiten angepasst wurden.

## NEUENTWICKLUNGEN

### Datenqualität im deutschen GDSN Zielmarkt sichern

Neben der Erläuterung der wesentlichen GS1 Standards als Voraussetzungen für die Verbesserung der Datenqualität in Deutschland spezifiziert die Empfehlung die für eine einheitliche Messung der Datenqualität definierten Datenqualitätskennzahlen.

### REceiving ADvice – RECADV

Handel und Industrie haben erstmals einen einheitlichen Prozessablauf für die Wareneingangsmeldung festgelegt.

### Upstream Textil/Fashion

Die Modebranche definierte eine optimale Prozessgestaltung mithilfe der elektronischen Kommunikation (EDI) in der Vorlieferkette (Upstream).

### Neue Wege der kooperativen (Euro-)Palettenbewirtschaftung in Deutschland

Das Dokument enthält gemeinsam erarbeitete Prozesse, Klassifizierungen und Erkenntnisse für die Umsetzung von kooperativer Palettenbewirtschaftung unter der Berücksichtigung der 2014 aktualisierten, neu definierten Palettenqualitätsklassen.

## UPDATES

### GDSN Abmessungsregeln für Verpackungen

Beschrieben werden global gültige und eindeutige Regeln zur Abmessung von Produktverpackungen. Ziel ist es, die Kommunikation über Konsumenteneinheiten und sämtliche Verpackungsebenen zu vereinfachen.

### GDSN 3.1 Trade Item Implementation Guide

Dieses Dokument dient als Ergänzung des formalen GS1 Global Data Synchronisation Network (GDSN) Standards. Anmerkungen zum Standard und Praxisbeispiele erhöhen und erleichtern die Umsetzung.

### Produktabbildungen und Media Assets

Geeignet hat man sich auf einen Industriestandard zur Erstellung von Produktabbildungen und Media Assets für die strategische Markenführung und erfolgreiches Content Marketing.

### GTIN/GLN: Globale Identifikationssysteme für Artikel und Lokationen

Das Handbuch bietet einen umfassenden Überblick über die Möglichkeiten der beiden zentralen Bestandteile des GS1 Nummernsystems: die Globale Lokationsnummer (GLN) und die Globale Artikelnummer (GTIN) inkl. des Umgangs mit Produktvarianten oder kundenspezifischen Artikeln.

### Produktstammdatenaustausch im Gesundheitswesen

Anpassung des bisherigen Stammdatenprofils, u. a. aufgrund der 2017 zu erwartenden EU-Medizinprodukteverordnung, für den effizienten und rechtssicheren internationalen Datenaustausch.

### GS1 DataBar, GS1 DataMatrix, GS1 QR: Leistungsstarke GS1 Codes für besondere Anforderungen

Praxisorientierte Anwendungsempfehlungen für die Codes, die neben der GTIN Zusatzinformationen verschlüsseln, zum Beispiel Verfallsdatum oder Chargennummer.

### GS1-128: Globaler Standard zur Übermittlung strichcodierter Dateninhalte

Umfassende Beschreibung der Elemente zur Kennzeichnung von logistischen Einheiten und Strichcode-Spezifikationen des GS1-128 Barcodes sowie Empfehlungen zu Aufbau, Inhalt und Platzierung des standardisierten GS1 Transportetiketts.

### GS1 XML Standard Version 3.2

Übersetzung des GS1 XML Standards und Anwendungsempfehlungen in der Version 1.0 für die drei Kernnachrichten Bestellung (Order), Lieferavis (Despatch Advice) und Rechnung (Invoice) in deutscher Sprache. Ziel war es, GS1 XML inhaltlich an EANCOM® anzugleichen.

### GS1 Germany Anwendungsempfehlung zu EANCOM® 2002 Version 8.0

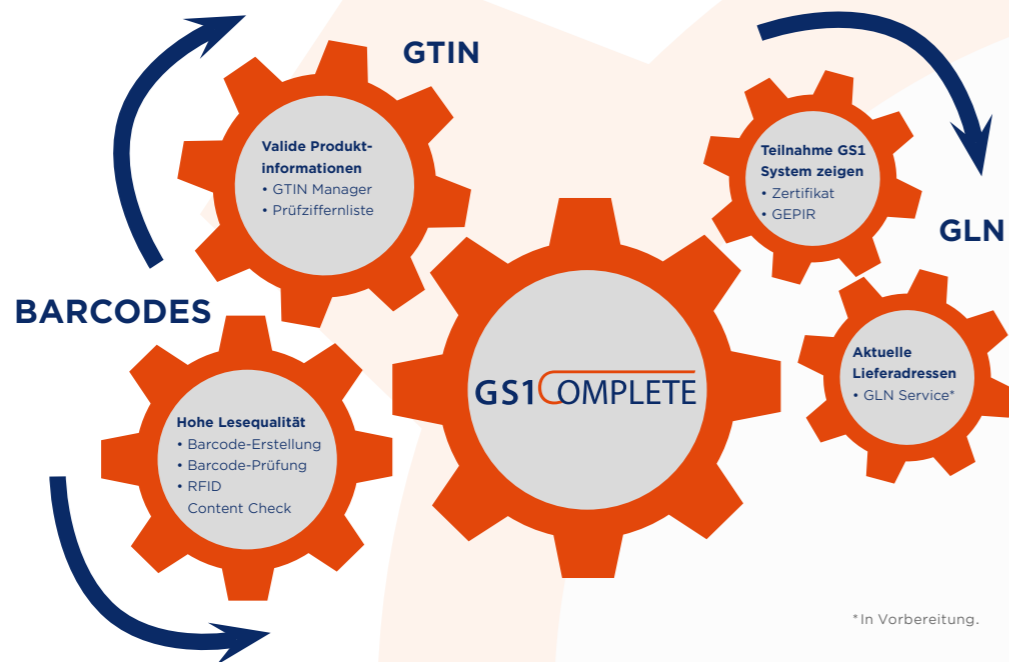
EANCOM® 2002-Gesamtdokumentation und branchenübergreifende EDI-Anwendungsempfehlungen für verschiedene Geschäftsprozesse.

## GS1 Complete Services – Tools, die auch kleine Unternehmen weiterbringen.

Der umfassende Nutzen des GS1 Complete Leistungspakets lässt sich mit den richtigen Tools weiter steigern. Um alle Kunden in die Lage zu versetzen, in höchstem Maße von GS1 Complete zu profitieren, wurden 2016 wichtige begleitende Services als praktisches Handwerkszeug erarbeitet. Ein zentraler Strang in der Produktentwicklung waren web-basierte Services, die das umfangreiche Leistungs-

paket kundengerecht ergänzen. Im Fokus standen dabei Angebote, die eine optimale Wertausschöpfung des Produkts möglich machen – insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen. Neben der Neuentwicklung war aber auch die Überarbeitung und Erweiterung bestehender Services ein wesentlicher Teil der Standardisierungsarbeit im Jahr 2016.

### Das GS1 Complete Serviceportfolio.

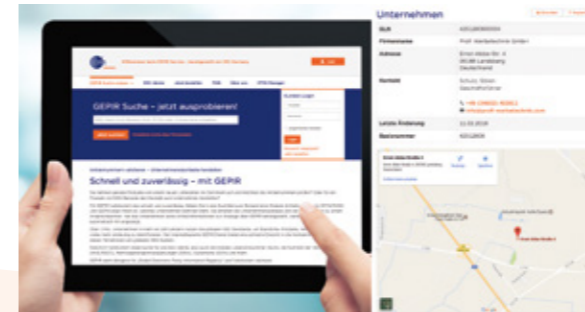


\*In Vorbereitung.

### Der GTIN Manager für den direkten Start ins Online-Business.

Im wachsenden E-Commerce sind eindeutige und aktuelle Produktinformationen und ihre Sichtbarkeit im Internet ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg eines Unternehmens. Produkte lassen sich online vor dem Kauf eben nicht mehr in den Händen halten. Während die generellen GTIN-Vergaberegeln für die Identifikation eines Produkts eindeutig definiert sind, ist die praktische Vergabe der Nummer durch den Hersteller nun deutlich einfacher. GS1 hat mit dem GTIN Manager zum Ende des Geschäftsjahres ein System geschaffen, das das Erfassen und Verwalten von Produktdaten strukturiert und eine eindeutige Identifikation von Anfang an gewährleistet. Das Online-Tool kann

bis zu 20 Produktattribute führen. Verwechslungen der GTIN werden von vornherein ausgeschlossen. Ein besonderer Clou ist das Erstellen einer Webpage für jedes Produkt mit einem Mausklick. Damit sind Nutzer des GTIN Manager sofort mit ihren Waren online. Im Hintergrund der Webpage werden die Produktdaten mit dem neuen Standard GS1 SmartSearch suchmaschinenoptimiert dargestellt, um die Sichtbarkeit in den Trefferlisten der Suchmaschinen sofort zu erhöhen. Der GTIN Manager vereinfacht zudem den sicheren produktbezogenen Datenaustausch mit Geschäftspartnern. Hilfreich bleibt außerdem die bekannte Prüzziffernliste von GS1 Germany. In der Liste finden Kunden weiterhin ihr vollständiges Ident mit allen Ziffern inklusive der Prüzziffern für sämtliche Ziffernkombinationen.



### Der Service GEPIR 4.0 optimiert Prüfbarkeit und Performance.

Gerade im Zeitalter des E-Commerce gewinnt die Verlässlichkeit der hinterlegten Daten eine besondere Bedeutung: Probleme bei der Listung der Angebote in Suchmaschinen und auf Marktplätzen, Kaufabbrüche wegen falscher Produkt- und Bestandsdaten, Störungen im Daten- und Warenverkehr zwischen Unternehmen, negative Customer Experience – die Konsequenzen von falschen oder unvollständigen Daten in Warenwirtschaftssystemen sind vielfältig. Am Ende stehen ineffiziente Prozesse, hohe Kosten und unzufriedene Verbraucher. Standards wie die GTIN setzen hier an: Sie funktioniert wie ein Fingerabdruck für Artikel und die zugehörigen Markeninhaber im weltweiten Geschäftsverkehr. Deshalb fordern immer mehr große Player des Online-Handels, unter ihnen Amazon, Google und eBay, die globale Artikelnummer GTIN zur Identifizierung. Mit dem Service GEPIR von GS1 Germany sichert etwa Amazon seit letztem Jahr seine Datenqualität ab. Aufgrund zunehmender Anforderungen und der rasant steigenden Zugriffszahlen wurde GEPIR mit Blick auf Performance und Erreichbarkeit neu aufgesetzt und erweitert. Mit GEPIR 4.0 können nun alle elf Ident des GS1 Systems geprüft werden. Dazu gehören neben der GTIN auch die Globale Lokationsnummer (GLN), die Nummer der Versandeinheit (NVE/SSCC) und die globale Couponnummer (GCN). Außerdem lassen sich GS1 Ident wie die GTIN in beliebiger Anzahl validieren und fehlerhafte Daten vor der Aufnahme in Warenwirtschaftssysteme rechtzeitig erkennen. Die Folge: effizientere Prozesse etwa bei der Pflege von Lieferantendaten und schnellere Aufdeckung von GTIN-Missbrauch.

### Das GS1 Zertifikat-Abo als Beweis für Gültigkeit.

Viele Marktteilnehmer und Behörden verlangen heute von Unternehmen einen Nachweis, dass sie am globalen GS1 System teilnehmen. GS1 Germany stellt seinen Kunden auf Wunsch ein entsprechendes Zertifikat zur Vorlage bei Online-Verkaufsplattformen, dem Zoll oder verschiedenen Geschäftspartnern aus. Das Dokument bestätigt, dass ein Unternehmen der echte Lizenznehmer einer Globalen Lokationsnummer (GLN) und außerdem dazu berechtigt ist, auf dieser Grundlage Globale Artikelnummern (GTIN), Nummern der Versandeinheiten (NVE/SSCC) oder andere GS1 Ident zu vergeben. Seit Anfang 2016 wurden diese Zertifikate auf ein jährliches Abo umgestellt. Die zeitliche Befristung auf ein Kalenderjahr stellt Aktualität und Gültigkeit sicher.

### Hohe Lesbarkeit als Voraussetzung für effiziente Prozesse

Lässt sich der Barcode an der Kasse nicht lesen, kommt es zu Verzögerungen. Das gilt nicht nur an der Supermarktkasse, sondern für sämtliche Prozesse, in denen Barcodes per Scan erfasst werden. Neben der Erstellung und Prüfung des EAN-Barcodes hat GS1 Germany 2016 den Prüfservice DPM (Direct Part Marking) für direkt markierte Teile ins Leben gerufen. Zumeist handelt es sich hier um den GS1 DataMatrix, der auf chirurgischen Instrumenten oder technischen Bauteilen gelasert wird. Der DPM Code wird zum einen auf Qualität und zum anderen auf Konformität mit den globalen Standards von GS1 kontrolliert und einem ersten Technikcheck unterzogen. Es folgt eine intensive Überprüfung des Inhalts und der Struktur durch die GS1 Experten inklusive einer Auswertung mit Testbericht. Mit dem RFID Content Check können außerdem Daten und Konformität des Transponders im Etikett geprüft werden.

## Die GS1 Services im Angebotsportfolio sichern eine optimale Umsetzung.

Neben der Entwicklungsarbeit in der Standardisierung wurde das Angebotsportfolio mit Services angereichert, um Unternehmen bei der Einführung und Nutzung der GS1 Standards zu unterstützen. Dabei stand insbesondere im Fokus, dass ein eng geknüpftes Anwendungssystem der Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards entlang der gesamten Produktionskette die beste Wertschöpfung ermöglicht: mit praxisnahen Lösungen, die unternehmensindividuellen Bedürfnissen genauso gerecht werden wie technologischen und branchenspezifischen Entwicklungen.

### Produktstammdaten als entscheidender Faktor für Off- und Online-Handel.

Fast 40.000 Unternehmen nutzen das aus über 30 Datenpools bestehende Global Data Synchronisation Network (GDSN) für den automatischen, direkten Austausch vertrauenswürdiger Produktinformationen mit ihren Geschäftspartnern. Über das GDSN werden produktspezifische Daten wie Logistikinformationen, Inhaltsstoffe und Verpackungsinformationen von über 20 Millionen Produkten eingespeist und abgerufen. Im vergangenen Geschäftsjahr stand insbesondere die Erhöhung der Datenqualität in den Stammdaten-

pools im Vordergrund. Weiter spezifiziert wurden eine einheitliche Messung der Datenqualität anhand definierter DQ-Kennzahlen und ihre Berechnungsmethoden für die Metriken Richtigkeit, Vollständigkeit und Konsistenz.

### Größter Release seit 2006.

Im März 2016 vermeldeten GS1 Germany und 1WorldSync die erfolgreiche weltweite Umsetzung des GDSN Major Release 3, eines Updates des Global-Data-Synchronisation-Network (GDSN)-Standards. Der Standard bietet ab sofort neue Möglichkeiten zur Steigerung von Effizienz und Flexibilität beim Austausch von Produktinformationen für Konsumgüter weltweit. Das Release beinhaltet 500 Optimierungen – von der Unterstützung neuer Produktattribute bis hin zum konsistenten Austausch von Produktbildern, was vor allem für den Omni-Channel- und den E-Commerce-Bereich notwendig geworden war. Mit dem Release wurde die Basis für die vielfältigen Anforderungen des Omni-Channel-Kunden gelegt. Denn gerade hier sind hohe Informationsvielfalt, Aktualität und Vollständigkeit von Informationen von den Konsumenten besonders gefragt.

### Letzte Stufe der EU-Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV).

Seit dem 13. Dezember 2016 müssen Nährwertinformationen angegeben werden. Angaben zu Brennwert/Energie und den sechs einzelnen Nährstoffen Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß und Salz (sogenannte Big 7) sind auf der Verpackung verpflichtend. Das Global Data Synchronisation Network (GDSN), ein weltweiter Verbund von Datenpools, steht Herstellern für die LMIV-konforme Ergänzung ihrer Produktstammdaten zur Verfügung. Um Händler und Hersteller in Deutschland bei der Umsetzung dieser letzten Stufe der Verordnung zu unterstützen, hat GS1 Germany ein umfassendes Paket entwickelt: Enthalten sind das „LMIV-GDSN-Mapping“ und ein dazugehöriger europaweit gültiger Leitfaden, der die Anforderungen der LMIV in existierende GDSN-Datenfelder übersetzt. Die tabellarische Gegenüberstellung zeigt auf, welche LMIV-Vorgabe über welches dazu passende GDSN-Datenfeld erfasst werden kann. Hilfetexte zu den jeweiligen GDSN-Attributen runden das Paket ab.

## Gründung der fTrace GmbH.

Verbraucher und Gesetzgeber fordern verstärkt die Offenlegung der Herkunft von Lebensmitteln und damit eine lückenlose Rückverfolgbarkeit bis zum Erzeuger. Die Lösung ist fTrace, ein Service von GS1 Germany, der 2016 in eine eigenständige, 100-prozentige Tochtergesellschaft überführt wurde.

Mit der Gründung des neuen Unternehmens konzentriert sich nun eine hoch spezialisierte Mannschaft ausschließlich auf den Ausbau des Services. Gleichzeitig ist eine enge Vernetzung mit Multiplikatoren der GS1 Community sichergestellt. Denn für eine kundenzentrierte Produktentwicklung und hohe Marktreife aller Funktionalitäten wurde 2016 zudem ein Beirat aus zehn Vertretern von Industrie und Handel initiiert.

*„Wir haben fTrace in den letzten drei Jahren von einem reinen Verbraucher-tool zu einem umfassenden B2B2C-Service entwickelt, der lückenlose Rückverfolgbarkeit über die gesamte Supply Chain auch für komplexe Produkte ermöglicht.“*

*Jörg Pretzel, Geschäftsführer GS1 Germany*

### Beiratsmitglieder

- **Dr. Heinrich Dröge**, Lohmann & Co. AG (Wiesenhof)
- **Benno Elsässer**, Kaufland Fleischwaren SB
- **Matthias Fleischer**, Nestlé Deutschland AG
- **Hubert Kelliger**, Westfleisch SCE mbH
- **Tobias Mazur**, Lidl Stiftung & Co. KG
- **Thomas Schulz**, Copack Tiefkühlkost
- **René Stahlhofen**, Royal Greenland Vertriebs GmbH
- **Josef Trilling**, Tönnies Holding GmbH & Co. KG
- **Gottfried von Laue**, Edeka Zentralhandelsgesellschaft mbH
- **Britta Gallus**, Metro Group

Der Rückverfolgbarkeitsservice fTrace ist eine webbasierte Lösung, die eine chargengenaue Rückverfolgung auf Basis von statischen und dynamischen Daten ermöglicht. Transparenz, Sicherheit und Vertrauen sind die Kernnutzen. Der skalierbare Service fTrace basiert auf GS1 Standards und ist für alle Branchen, Zielgruppen und Warenkategorien global einsetzbar.

**fTRACE**<sup>®</sup>  
Full traceability. Full trust.

### Positive Entwicklungen für fTrace.

2016 konnte die fTrace GmbH die positive Entwicklung aus den Vorjahren fortsetzen. Der steigende Datenbestand von nunmehr rund 45.000 Produkten und die Speicherung von mehr als vier Millionen Events – also Rückverfolgbarkeitsereignissen – im Datenpool untermauerten die Leistungsfähigkeit des Rückverfolgbarkeitsservice. Einen maßgeblichen Beitrag lieferte dabei die Aufnahme von Mischprodukten, bei denen auch Einzelbestandteile beachtet werden können.

Einen weiteren Meilenstein stellten die neuen Kooperationsvereinbarungen mit drei weiteren GS1 Organisationen dar. Nach Spanien, Irland und der Schweiz kamen nun Ungarn, Tschechien und Hongkong hinzu. fTrace ist in diesen Ländern über lokalisierte Nutzeroberflächen, aber durchgängig mit der zentral in Deutschland geführten Datenbasis zugänglich. Die Ziele der Internationalisierungsstrategien wurden damit 2016 vollends erreicht.

Im Sinne einer ganzheitlichen Rückverfolgbarkeit ging fTrace zudem eine Kooperation mit Transparency-One ein. Durch die Kombination aus Informationen über die Herkunft eines Produkts und über die Ereignisse im Verarbeitungsprozess entstehen insbesondere in sensiblen Warengruppen neue Potenziale für gestiegene Anforderungen von Kunden und Gesetzgebern.

Ein weiterer Schwerpunkt im vergangenen Geschäftsjahr war die Entwicklung neuer Module und Funktionalitäten. So ging das neue Produktmodul „Bedientheke“ zur vollintegrierten Rückverfolgung an den Start, das gleichermaßen Vorteile für Händler und Konsumenten schafft. Händlerseitig ermöglicht das Modul durch die Digitalisierung von Warenbewegungen und die papierlose Dokumentation von Bedienthekenprodukten effizientere Prozesse. Für den Kunden vergrößert sich der Einblick in die Herkunft und Verarbeitung der Produkte durch die Übertragung der Daten aus der App an die Theke.



### Standardisierte Lösungen für Ackerbau und Viehzucht.

Gemeinsam mit einem Konsortium von insgesamt 71 Partnern startete das Großprojekt „Internet of Food & Farm 2020“, das die technologische Entwicklung entlang der gesamten Lebensmittelproduktionskette innerhalb der EU vorantreiben soll. GS1 Germany unterstützt dabei die relevanten Bereiche in Ackerbau, Milch- Fleisch- Gemüse- und Obstproduktion mit standardisierten Prozessen und Lösungen.



#### FÖRDERPROJEKT INTERNET OF FOOD & FARM 2020

**Laufzeit:** 31. Oktober 2016 bis 31. Oktober 2019

**Förderer:** EU-Kommission

**Partner:** 73 Verbundpartner aus 19 Ländern, darunter neben GS1 Germany auch das Joint Venture European EPC Competence Center (EECC)

**Ziele:** Einsatz von „Internet of Things“-Technologien in der Landwirtschaft und entlang von Lebensmittelwertschöpfungsketten

#### Besondere Mitwirkung GS1 Germany:

- Use Cases „Intelligent Fruit Logistics“ und „Meat Transparency and Traceability“
- Erarbeitung innovativer Lösungen auf Basis des EPCIS-Standards
- EECC: Beiträge im Bereich Software-Erstellung, auf Basis von GS1 Standards

### Chemischer Fingerabdruck von Produkten macht Warenströme sicherer.

Ziel des Ende 2016 gestarteten Verbundprojekts FoodAuthent ist es, erstmals Rahmenbedingungen und Anreize für den routinemäßigen Einsatz von Fingerprinting-Verfahren in der Lebensmittelkontrolle, -sicherung und -überwachung zu schaffen.



#### FÖRDERPROJEKT FOODAUTHENT

**Laufzeit:** bis 14. September 2019

**Förderer:** Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

**Partner:** Benelog, Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR), Eurofins Analytik, Lablicate, Universität Konstanz

#### Ziele:

- Schaffung eines Systems zur Sammlung und Weitergabe von Daten, die die „Echtheit“ eines Lebensmittels dokumentieren
- Cloud-Zugriff auf die Daten durch alle Beteiligten: Behörden, Handel, Zertifizierer, Produzenten, Verbraucher
- Sicherstellung der Authentizität von Lebensmitteln

#### Besondere Mitwirkung GS1 Germany:

- Koordination des Konsortiums
- Expertise und Lösungen aus den Bereichen Rückverfolgbarkeit und Datenübermittlung

## Rechtskonforme Archivierung elektronischer Rechnungen mit dem neuen GS1 Archiv.

Gegenüber der klassischen Abrechnung weist die Arbeit mit standardisierten E-Rechnungen entscheidende Vorteile auf. Sie sind kosten- sowie zeitsparend und ermöglichen eine höhere Effizienz – würden nicht 69 Prozent der Unternehmen die Rechnungen immer noch ausdrucken. Der Knackpunkt ist die elektronische Archivierung: Ohne das entsprechende Fachwissen und technische Anpassungen stellt sie für Unternehmen eine große Herausforderung dar. Durch Unklarheiten über die Rechtskonformität greifen sie dann doch auf den klassischen Aktenordner zurück.

Mit GS1 Archiv erweiterte GS1 Germany sein Angebot im Bereich der elektronischen Rechnungsabwicklung. Seit Ende 2016 können Unternehmen mit dem neuen Service ihre eingegangenen E-Rechnungen revisionssicher archivieren. Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen ist das eine effiziente webbasierte Einstiegslösung ins E-Business.

### E-Business nach dem Plug-and-Play-Prinzip.

Um kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) den Einstieg in das E-Business und die Digitalisierung ihrer Prozesse zu vereinfachen, haben die Partner eCI@ss, FIR an der RWTH Aachen, Grün Software, GS1 Germany und Tapas drei Jahre lang verschiedene Lösungen entwickelt. „Standards bieten für KMU ein enormes Potenzial, die eigenen Prozesse zu verschlanken und kostengünstiger zu gestalten. Darum müssen sie strategisch sinnvoll gewählt werden“ (Dennis Schiemann, Projektleiter eStep Mittelstand, FIR an der RWTH Aachen).

### FÖRDERPROJEKT E-STEP MITTELSTAND

**Laufzeit:** bis Jahresende 2016

**Förderer:** Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

**Partner:** eCI@ss, FIR an der RWTH Aachen, Grün Software, Tapas

### Ziele:

- Konsequenter Einsatz von E-Business-Standards im Mittelstand
- Senkung der Einführungskosten von E-Business-Standards in KMU
- Erhöhung der Investitionssicherheit

### Besondere Mitwirkung GS1 Germany:

- Self-Assessment: eigenständige Bewertung des E-Business-Status und der Potenziale
- Entscheidungsbaum: modulare Auswahl passender E-Business-Standards
- Middleware: Module, die den Übergang zwischen vorhandenen Lösungen und E-Business-Standards ermöglichen

**Projekt-Website:** [www.estep-mittelstand.de](http://www.estep-mittelstand.de)

**Video:** eStep Mittelstand: Digitalisierung einfach erklärt

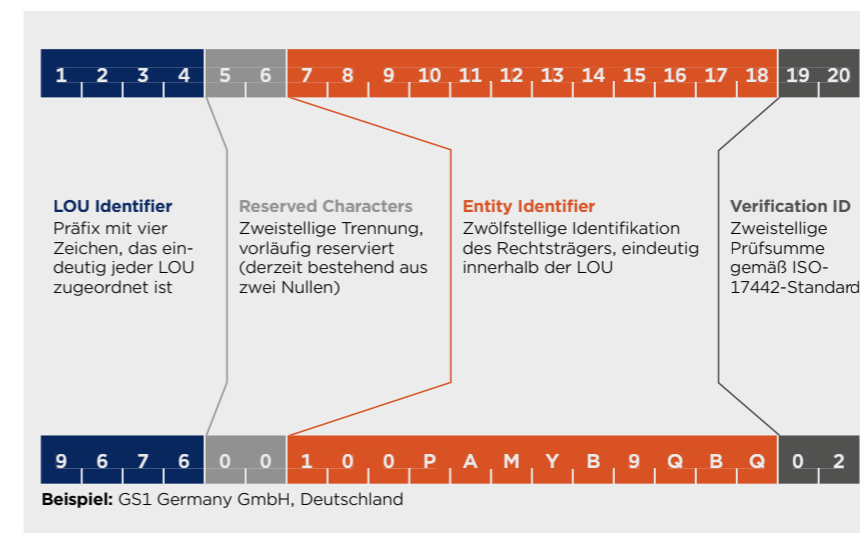


## GS1 Germany als LOU in Deutschland offiziell anerkannt.

Finanzmarktakteure müssen sich in Deutschland seit Februar 2014 mit dem sogenannten Legal Entity Identifier (LEI) ausweisen können. Der LEI wurde infolge der Finanzmarktkrise im Jahr 2008 eingeführt. Die Insolvenz der Investmentbank Lehman Brothers löste eine Kettenreaktion an den Finanzmärkten aus. Die führenden Industrie- und Schwellenländer (G20) verständigten sich darauf, für mehr Transparenz und Sicherheit an den Märkten zu sorgen. Eine entscheidende Rolle dabei spielt der LEI, ein neuer Standard, um Marktteilnehmer und Geschäftspartner weltweit eindeutig zu identifizieren. Diese Pflicht gilt seit 2016 auch für Versicherer und Anleihe-Emittenten. Betroffen von der LEI-Pflicht sind auch große Unternehmen aus der Fast-Moving-Consumer-Goods-Branche, die

Derivate im Risikomanagement nutzen. Beantragen können Unternehmen einen LEI nur bei einer Vergabestelle, die von der Global LEI Foundation (GLEIF) autorisiert wurde – einer sogenannten LOU (Local Operating Unit). Im letzten Geschäftsjahr kandidierte GS1 Germany für die Aufgabe als Vergabestelle. Die offizielle Ernennung zur LOU erfolgt im ersten Quartal 2017. Damit erweitert sich das Angebotsportfolio um einen weiteren, explizit für den Finanzmarkt ausgelegtem Service. Um interessierte Kunden sofort bedienen zu können, hat GS1 Germany das Online-Portal [www.lei.direct](http://www.lei.direct) für eine schnelle Antragsabwicklung entwickelt. Eine Übertragung einer bestehenden LEI-Nummer zu GS1 Germany ist ebenfalls möglich.

### Der LEI ist im Aufbau der GTIN sehr ähnlich



**„Als LOU unterstützen wir die Finanzmarktakteure dabei, ihrer Pflicht nachzukommen. Darüber hinaus kann eine eindeutige Identifikation mit dem LEI zum Beispiel eigene Prozesse sehr viel schlanker und effizienter gestalten und so für mehr Wirtschaftlichkeit und Kundenzufriedenheit sorgen.“**

Jörg Pretzel, Geschäftsführer GS1 Germany

## GS1 Consulting für die Umsetzung von standardisierten Prozessen.



*„Mit den Trainings und der Zertifizierung durch GS1 Germany hat C&A von der weltweiten GS1 Organisation, aber auch von dem hervorragenden Know-how aus erster Hand profitiert.“  
Joachim Wilkens,  
Head of Business Solutions,  
C&A Services GmbH & Co.*

Als Dienstleister für die Einführung und Umsetzung von GS1 Standards trägt GS1 Germany dazu bei, die Geschäftsprozesse seiner Kunden zu optimieren. Das erfahrene und breit aufgestellte Consulting-Team berät Unternehmen aus verschiedensten Branchen in Industrie und Handel bei der Analyse, Planung und finalen Implementierung der GS1 Standards an allen Stationen der Wertschöpfungskette. Es bietet Unterstützung gemeinsam mit zertifizierten externen Dienstleistern bei internen und unternehmensübergreifenden Projekten und sichert so nachhaltig die Prozesseffizienz.

GS1 Consulting begleitet seine Kunden bei Bedarf bis hin zur Qualitätskontrolle. Auch 2016 lagen die Branchenschwerpunkte auf den fünf Bereichen Fast Moving Consumer Goods (FMCG), Do-it-yourself, technische Industrien, Fashion und Gesundheitswesen. Gerade bei ihnen gab es aufgrund von Verordnungen, aber auch der zunehmenden Digitalisierung eine große Nachfrage nach Beratung, Prozessoptimierung und Umsetzung. Nur rund 10 Prozent der Aufträge kamen nicht aus diesen Branchen.



### **Beratungsprojekt in der Gesundheitsbranche.**

Die KLS Martin Group ist als internationaler Hersteller von Medizinprodukten in weltweit über 140 Ländern mit mehr als 16.000 Instrumenten, Geräten und Dienstleistungen aktiv. Die Gruppe stand vor einer enormen Herausforderung: Für den Export in die USA müssen laut der US-amerikanischen Gesundheitsbehörde FDA Medizinprodukte mit der sogenannten Unique Device Identification (UDI) gekennzeichnet werden. Eine sehr ähnliche Verordnung wird für das Frühjahr 2017 auch aus Brüssel erwartet. Man brauchte also eine international funktionierende Lösung zur Identifikation und Kennzeichnung der zum Teil hochsensiblen Produkte. Hierfür bot GS1 Germany den passenden Ansatz. Mit der Globalen Artikelnummer GTIN wurden alle Produkte identifiziert und die entsprechenden Verpackungen mit dem GS1 DataMatrix gekennzeichnet. So können relevante Produkte der KLS Martin Group UDI-konform gekennzeichnet und weiter in den USA verkauft werden.

Darüber hinaus sind alle Unternehmen der Gruppe schon jetzt gewappnet für die kommende europäische Medizinprodukteverordnung. Die Berater von GS1 Germany definierten gemeinsam mit den Experten der KLS Martin Group den Prozess, der die Herausforderung barg, dass die Umstellung auf GS1 Standards an allen Standorten der KLS Martin Group zeitgleich erfolgen sollte. Die komplette Umstellung auf GS1 Standards erfolgt ab April 2017.

### **RFID-Umsetzungsprojekt in der Modebranche.**

Bestandsgenauigkeit und Warenverfügbarkeit sind wichtiger denn je. Auf Basis dieser Erkenntnis entschied sich C&A für den Einsatz der RFID-Technologie und der Nutzung von GS1 Standards. Nach Abschluss der deutschen Pilotphasen stand fest: Die Kennzeichnung von Artikeln mit RFID-Transpondern entlang der gesamten Value Chain vom Lieferanten bis in die Stores erzielt eine höhere Prozess- und Datenqualität, mehr Transparenz und einen schnellen Return on Investment. Voraussetzung für einen Roll-out in Frankreich war die Ausstattung der Ware mit den entsprechenden RFID-Transpondern. Auf Basis des GS1 Zertifikats Item Level Tagging entschied sich C&A für einen internationalen Standard und gegen eine individuelle Lösung. GS1 Germany erhielt den Auftrag, möglichst schnell und möglichst viele Lieferanten in die Lage zu versetzen, alle C&A-Artikel direkt am Ort der Produktion zu taggen. Rund 280 C&A Lieferanten in 15 verschiedenen Lokationen wurden weltweit von GS1 Germany gemeinsam mit C&A und Avery Denison mit On-Boarding Workshops oder Web Sessions trainiert und zertifiziert. Unterstützung erhielten die deutschen GS1 Berater von GS1 Hong Kong, GS1 India, GS1 Italy und weiteren Länderorganisationen. Damit schaut GS1 Germany auf einen großen Erfolg in der internationalen Zusammenarbeit zurück.



## Rekordjahr für Beratung im Category Management und Shopper Marketing.

Besonders hinsichtlich der gestiegenen Kundenanforderungen und des veränderten Einkaufsverhaltens kann Category Management für den Geschäftserfolg entscheidend sein. Durch eine enge Zusammenarbeit von Industrie und Handel profitieren Marke und Einkaufsstätte gleichermaßen, die Kundenbindung wird erhöht und der Umsatz gesteigert. Als Träger der nationalen Initiative zur Efficient Consumer Response steht GS1 Germany für höchste Kompetenz und langjährige Erfahrung in der praktischen Umsetzung von Category Management. Ob Analyse, Planung oder Umsetzung, ein Beraterteam steht dem Kunden bei allen Aktivitäten zur Seite, um individuelle Lösungen zu erarbeiten. Im vergangenen Geschäftsjahr wurde deutlich, dass der Bedarf an fundierten Beratungen und einer stetigen Begleitung in den Unternehmen stark zugenommen hat. So hat sich die Nachfrage 2016 im Vergleich zum Vorjahr

### Shopper-Orientierung auf der Schokoladenseite.

Zusammen mit einem deutschen Kunden aus dem Süßwarenfachhandel startete GS1 Germany im vergangenen Jahr ein Projekt, das die klassische Einkaufsstruktur des Unternehmens in eine shopperorientierte Category-Management-Organisation umwandeln sollte. Dabei wurde auf Basis einer Ist-Analyse von bestehenden Prozessen und Strukturen ein Soll-Konzept entwickelt. Ergänzend dazu wurden Basistrainings im Category Management durchgeführt, neue Organisations- und Warengruppenstrukturen erarbeitet sowie bestehende Prozesse angepasst und neue implementiert.



enorm gesteigert. Das Beratungsteam für Category Management und Shopper Marketing von GS1 Germany berät Unternehmen dabei auf den verschiedensten Ebenen, angefangen bei der Optimierung von internen Unternehmensprozessen und der Beantwortung von Fragestellungen zur Organisation über die klassische Category-Management-Umsetzung bis hin zu Lösungsansätzen im Shopper Marketing. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Koordination aller Stakeholder und der Sicherung der kartellrechtlichen Compliance. Im Rahmen des Know-how-Transfers gibt GS1 Germany das Wissen in individuellen Workshops und Coachings weiter, um die Nachhaltigkeit und den Erfolg zu sichern.

## „Die Kunst bei CM ist es, von einem einmaligen Projekt in den täglichen Prozess zu kommen.“

Dirk Körner, Geschäftsführer, Edeka Handelsgesellschaft Minden-Hannover mbH

### Nachhaltigkeit in der Kundenbindung bei Edeka Minden-Hannover.

Wie sieht das Warenregal im Supermarkt von heute und morgen aus? Die Suche nach der Antwort auf diese Frage hat Category Management in den letzten Jahren zum führenden Lösungsansatz in der Organisation optimaler Produktsortimente im Einzelhandel aus Shopper-Sicht gemacht. Begleitet von GS1 Germany hat Edeka Minden-Hannover im vergangenen Jahr die Category-Management-Initiative „Einfach finden – Kunden binden“ gestartet.

Ziel des Jahresmottos war es, die Vielzahl der erfolgreichen Category-Management-Projekte der letzten Jahre mit einem unternehmensübergreifenden und fokussierten Ansatz in die Umsetzung auf die Fläche zu bringen. Im Rahmen des Projekts wurde unter anderem ein zentrales Planungstool aufgesetzt, das den Edeka-Märkten individuell angepasste Sortimentsvorschläge und Empfehlungen übermittelt, die vor Ort von geschulten Mitarbeitern ausgewertet und im Markt umgesetzt werden. GS1 Germany hat über 20 Wochen hinweg insgesamt mehr als 2.000 Mitarbeiter aus rund 1.000 Märkten von Edeka Minden-Hannover geschult und fit für die smarte Gestaltung der Warenauswahl gemacht. Das Planungstool ermöglicht dem geschulten Personal eine zukunftsfähige und shopperorientierte Ausrichtung des Sortiments und empfiehlt marktbezogen die individuelle Platzierung von Waren. Die vorgeschlagenen Konzepte müssen vor Ort umgesetzt und kontinuierlich weiterentwickelt werden – eine verantwortungsvolle Aufgabe.



## Ausbildungsangebot der GS1 Academy erweitert.

Das Schulungsangebot vom klassischen Category Management über Shopper Marketing bis hin zu Shopper Research verzeichnet ein hervorragendes Geschäftsjahr. So wurden 2016 für den zertifizierten ECR D-A-CH Category-Management-Lehrgang unterjährig weitere Zusatztermine durchgeführt, um den steigenden Teilnehmerzahlen gerecht zu werden. Am Ende des Geschäftsjahres wurde der 2.200. Category Manager seit Start des Schulungsprogramms im Jahr 2003 von GS1 Germany zertifiziert. Davon befindet sich jeder sechste Category Manager außerhalb Deutschlands und jeder vierte Teilnehmer kommt aus dem Handel. Auch die Nachfrage in der noch jungen Disziplin Shopper Marketing ist gestiegen. Hier waren vor allem Inhouse-Schulungen interessant für die Unternehmen. Generell war die Form der speziell auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittenen individuellen Inhouse-Schulungen rund um Category Management und Shopper Marketing im letzten Jahr sehr gefragt – national und international. Vorteile für die Unternehmen zeigten sich dadurch, dass sowohl Vertreter der Management- und Geschäftsführungsebene als auch ganze Bereiche vom Vertrieb und Trade Marketing über den Einkauf und den Außendienst bis hin zum Marktpersonal an den Schulungen teilnehmen konnten. So wurde das Know-how vertikal im Unternehmen verankert.

### Category Management goes online.

Anfang des Jahres 2016 veröffentlichte GS1 Germany gemeinsam mit GS1 Switzerland eine Anwendungsempfehlung mit dem Titel „Omni-Channel Retailing“, um Unternehmen eine Hilfestellung zu geben, das große Potenzial im Bereich Omni-Channel besser zu nutzen und die Shopper-Ansprache kanalübergreifend weiter zu optimieren. In einer weiteren Phase wird der ursprünglich für den stationären Handel entwickelte ECR D-A-CH 8-Schritte-Prozess nun um den Blick auf den Online- und Omni-Channel-Ansatz erweitert. Das Category Management funktioniert so über alle Vertriebswege hinweg, trotz der Besonderheiten und zum Teil unterschiedlichen Anforderungen im Online-Kanal und im stationären

Handel, die es zu verstehen gilt. Durch die Mitarbeit der Experten aus Industrie, Handel und Dienstleistung entsteht nun ein praxisnaher Leitfaden für die Transformation und Aktualisierung des klassischen Category Managements. Die Anwendungsempfehlung wird im Jahr 2017 fertiggestellt und den Unternehmen zur Verfügung gestellt.

Zu gleichem Thema bietet GS1 Germany seit dem vergangenen Jahr ein neues Seminar mit dem Titel „Omni-Channel Retailing Basics“ an, in dem Unternehmen über zwei Schulungstage erste Grundlagen für einen kanalübergreifenden Vertrieb lernen können. Um den Category-Management-Ansatz ebenfalls für Branchen mit sehr spezifischen Anforderungen zu adaptieren, hatte GS1 Germany bereits branchenindividuelle Schulungsformate beispielsweise für das Apothekensortiment entwickelt.

### POS live!

Selbstverständlich fanden auch in diesem Jahr die öffentlichen Schulungen und eine steigende Anzahl von kundenspezifischen Trainings im POS live! des GS1 Germany Knowledge Centers statt. Der echte Supermarkt mit zahlreichen technischen Innovationen und über 700 Produkten eignet sich perfekt für praktische Übungen und Live-Demonstrationen. Im Rahmen eines Gesamtumbaus des GS1 Germany Knowledge Centers wird im Jahr 2017 auch der POS live! umgebaut. Denn die Einkaufsumgebung des Shoppers ist smart und vernetzt und die Customer Journey wird immer vielfältiger und kanalübergreifender. So ist GS1 Germany auch hier am Puls der Zeit und als Plattform für Industrie und Handel dabei, eine reale Umgebung zu konzipieren, die aktuelle Trends und Entwicklungen aufgreift.



Das gesamte Angebot von Category Management und Shopper Marketing als Kurzfilm.

## Neue Formate.

Die Academy bündelt das Know-how von GS1 Germany. Unterschiedliche Trainingsformate, Zertifikatslehrgänge und Fachkonferenzen stehen seit Jahren für das Selbstverständnis des Unternehmens, Wissen zu entwickeln und weiterzugeben. Aktualität und Interaktivität sind die Maxime und können mit den Live-Komponenten des GS1 Germany Knowledge Centers praxisnah vermittelt werden. Sein Ausbau war 2016 nur ein Beleg für die Anspruchshaltung, stets den Entwicklungen im Markt gerecht zu werden. Hinzu kamen neue Lehrgangsformate, die nach dem Vorbild des Category-

Management-Lehrgangs innovative berufliche Weiterentwicklungsmöglichkeiten für Absolventen liefern. Der Fokus lag hier auf Zukunftsthemen im Zuge der Digitalisierung und eines effizienten und nachhaltigen Wertschöpfungsketten-Managements. Ausbildungsgebiete sind beispielsweise Data Quality, Mobile Commerce und Traceability. Die neuen Lehrgänge werden von Experten und didaktisch ausgebildeten Trainern geleitet und dauern zwischen fünf und sieben Tagen. Alle Formate schließen mit einer Prüfung oder Qualifizierung zur Erteilung eines Zertifikats ab.

### LEHRGÄNGE 2016

- Zertifizierter GS1 Data Quality Manager
- Zertifizierter GS1 EDI Manager
- Zertifizierter GS1 ECR D-A-CH Category Manager
- Experte für Ladungsträgermanagement
- Zertifizierter Manager für Real-Time Supply Chain Optimization

### AUSBLICK 2017

- Zertifizierter GS1 Data Quality Manager Healthcare
- Zertifizierter GS1 Industrial Data Quality Manager
- Zertifizierter GS1 Traceability Manager
- Zertifizierter GS1 Mobile Commerce Manager

### Akademische Partnerschaft.

Wissensaustausch und -transfer zwischen Praxis und Forschung ist der gemeinsame Nenner der Mitglieder der Akademischen Partnerschaft. Unter diesem Motto stand auch 2016 wieder das traditionelle Jahrestreffen ihrer Mitglieder. Thematischer Schwerpunkt war der digitale Kunde im Fokus von Handel, Industrie und Wissenschaft. Forschungsarbeiten, Praxisvorträge und Diskussionsrunden behandelten Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen rund um Marketing am POS und Supply Chain Management. Zudem stellten GS1 Germany und die IFH Köln eine Studie zur Untersuchung der Bereitschaft zur Nutzung von virtuellen Produktregalen vor. Zur Verleihung des Wissenschaftspreises 2016 kamen im März auf Einladung der EHI Stiftung und GS1 Germany rund 350 geladene Spitzenkräfte der Handelsbranche in



Düsseldorf zusammen. Für das Kooperationsprojekt „Consumer Retailing Insights Panel (CRIP)“, das sich unter anderem mit dem Einfluss von CSR-Kommunikation auf das Verhalten von Konsumenten beschäftigt, gewann die Forschungskooperation des Lehrstuhls Sales und Marketing von Prof. Dr. Jan Wieseke an der Ruhr-Universität Bochum

mit dem Einrichtungskonzern Ikea den Wissenschaftspreis für Kooperationen. Aus der Arbeit geht unter anderem hervor, dass Kunden es beispielweise nicht schätzen, wenn Unternehmen externe soziale Projekte stark bewerben, unternehmensintern aber kein Engagement für die eigenen Mitarbeiter zeigen. In drei weiteren Kategorien ehrte die Jury außergewöhnliche Forschungsarbeiten zu Mobile Marketing, Big Data und Diebstahlsicherung.

## GS1 Germany Fachkonferenzen legen zu – die Highlights.

### ECR Tag

Handel muss digitaler werden – aber wie viel Digitalisierung ist im Einzelfall sinnvoll? Laut EHI setzten Online-Händler 2015 rund 47 Milliarden Euro um – Tendenz steigend. Branchengrößen wie Ulli Gritzuhn (Executive Vice President, Unilever D-A-CH), Matthias Horx (Trend- und Zukunftsforscher, Gründer des Zukunftsinstituts) und Dr. Jean-Jacques van Oosten (Chief Digital Officer, Rewe Group) diskutierten und hinterfragten digitale Themengebiete auf dem ECR Tag 2016 in Berlin, der unter dem Motto „Digitale Realität: die Welt zwischen On- und Offline.“ stand. Dabei stets im Mittelpunkt der Diskussion: der Konsument und seine Interaktion mit digitalen Technologien und Angeboten. Mit über 60 Vorträgen und mehr als 80 Referenten aus den verschiedensten Branchen war die zweitägige Konferenz auch 2016 ein richtungsweisendes Highlight im Veranstaltungskalender.

### ECR Award

Zum 14. Mal zeichnete GS1 Germany am Vorabend des ECR Tags 2016 herausragende Leistungen rund um eine partnerschaftlich optimierte Wertschöpfungskette mit dem ECR Award aus. Mit dem Preis werden in insgesamt vier Kategorien Projekte, Unternehmen und Persönlichkeiten prämiert, die im Sinne des Efficient-Consumer-Response-Gedankens den Konsumenten in den Fokus rücken.

Diese Unternehmen konnten die Jury 2016 überzeugen:

#### Kategorie Unternehmenskooperation

**Supply Side:** Für ihr System „Promotion Tracking“ wurden Chep Deutschland, Mondelez International, Real und Payback von der Fachjury in dieser Kategorie ausgezeichnet.

#### Kategorie Unternehmenskooperation

**Demand Side:** Edeka Hessenring und Jacobs Douwe Egberts optimierten anhand des 8-Schritte-Category-Management-Prozesses das Kaffeeregal und sicherten sich so die Auszeichnung.

**Kategorie Einzelunternehmen:** Coca-Cola, der diesjährige Preisträger, hat den ECR-Gedanken fest in der Strategie verankert. Das Unternehmen beschäftigt bereits mehr als 100 von GS1 Germany zertifizierte Category Manager.

#### Kategorie Unternehmenspersönlichkeit:

Stephan Füsti-Molnár, Geschäftsführer Henkel Laundry & Home Care Deutschland/Schweiz, erhielt die Auszeichnung für seine Initiativen und sein Engagement im ECR-Sinne. Er lebt Kooperation und setzt starke Impulse für sie; maßgeblich auch in seiner Rolle als Vorsitzender des Aufsichtsrats von GS1 Germany.

### Healthcare live!

Über 200 Experten aus Logistik und Einkauf im Gesundheitswesen trafen sich Ende September 2016 im Agaplesion Markus Krankenhaus in Frankfurt am Main. Das 680-Betten-Haus gehört zu den führenden Gesundheitseinrichtungen im Rhein-Main-Gebiet. Neben Diskussionen und Vorträgen zu aktuellen Themen bot der von GS1 Germany und dem Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. veranstaltete Kongress Praxisworkshops sowie eine Besichtigung des Agaplesion Logistikzentrums und Einblicke in den barcodegestützten OP-Prozess.

### GS1 Healthcare Award

Seit 2015 steht der GS1 Healthcare Award für partnerschaftliche Begegnungen und zeichnet nach dem Vorbild des ECR Award wegweisende Best-Practice-Projekte für mehr Effizienz und mehr Patientensicherheit in der Healthcare-Branche aus. Im Herbst 2016 fand die feierliche Preisverleihung mit zahlreichen Gästen aus dem Top-Management der Gesundheitsbranche in der Alten Oper in Frankfurt statt.

Nach strengen Kriterien würdigte die Jury des GS1 Healthcare Award diese Unternehmen und Personen:

#### Kategorie Kooperation

Die medius Kliniken (ehem. Kreiskliniken Esslingen) und AGFA HealthCare überzeugten durch den klaren Fokus auf Patientensicherheit. Dafür verwenden sie die GS1 Identifikationsnummern GSRN (Global Service Relation Number), SRIN (Service Relation Instance Number) und den verschlüsselten GS1 DataMatrix. Mit personalisierten Patientenarmbändern wird so sichergestellt, dass das richtige Medikament verabreicht wurde.

#### Kategorie Einzelunternehmen

In der Kategorie Einzelunternehmen erhielt die Universitätsklinik Münster den GS1 Healthcare Award. Sie hob sich dabei insbesondere durch ganzheitliche Prozessoptimierung hervor. Mithilfe von Barcodes wurden beispielsweise OP-Dokumentationen deutlich vereinfacht.

#### Kategorie Unternehmenspersönlichkeit

Wilfried E. B. Winzer wurde zur „Unternehmenspersönlichkeit 2016“ gekürt. Neben seiner Tätigkeit als kaufmännischer Vorstand des Universitätsklinikums Carl Gustav Carus Dresden setzt sich Winzer seit Jahren intensiv für Prozessoptimierung in Krankenhäusern ein und gilt als Experte auf diesem Gebiet.





### Deutscher Obst & Gemüse Kongress

„Frische Impulse für eine ganze Branche – konzentriert auf einen Tag“ ist das Credo des Deutschen Obst & Gemüse Kongresses in Düsseldorf. Auf der jährlichen Informations- und Networking-Veranstaltung bündeln das Fruchthandel Magazin, AMI und GS1 Germany gemeinsam die Kompetenzen der Obst- und Gemüsebranche. Fokusthemen waren im September 2016 Nachhaltigkeit und Nachverfolgbarkeit durch Produkttransparenz im Hinblick auf die Verbrauchervünsche. Über diese und viele weitere aktuelle Themen entlang der gesamten Lieferkette vom Saatgut bis zum Point of Sale konnten sich die Konferenzbesucher informieren.

### Mobile In Retail Conference

Das Jahr 2016 markierte einen Wendepunkt für das Internet: Die stationäre Nutzung wurde erstmals von der mobilen übertrumpft. Studien melden, dass mittlerweile 71 Prozent des gesamten Internetkonsums über Mobilgeräte stattfinden. Das hat Auswirkungen für den Handel. Wie, in welchem Ausmaß und vor allem mit welchen Strategien für Mobile Payment, Couponing und Advertising diesem Trend begegnet werden kann, war beherrschendes Thema auf dem Podium wie in den Foren der Mobile In Retail Conference im Oktober des vergangenen Geschäftsjahres.

### Das Veranstaltungsjahr 2016 im Überblick.



## Prozessorientierte Innovationen mit starken GS1 Solution Partnern.



## Solution Partner

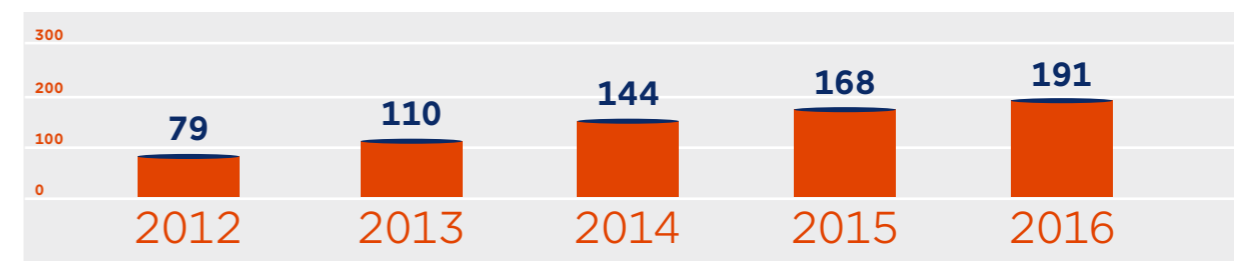
So vielfältig wie die Standards und Services des Angebotsportfolios von GS1 Germany sind, so individuell muss man auch ihrer Umsetzung gerecht werden. GS1 Germany arbeitet daher von jeher mit leistungsstarken Dienstleistern zusammen, die die Implementierung in der Praxis übernehmen. Während diese Umsetzungspartner in der Vergangenheit als GS1 Solution Provider bezeichnet wurden, wurde im letzten Jahr eine Gruppe mit einem neuen Titel vorgestellt: **der Kreis der GS1 Solution Partner.** Diese Entwicklung soll zum einen die Kooperation auf Augenhöhe verdeutlichen, zum anderen aber auch die Weiterentwicklung vom reinen IT-Anbieterkreis hin zu einem starken Partnernetzwerk aufzeigen. Das GS1 Partner Engagement initiiert und fördert diese Partnerschaften und baut so die Etablierung, Verankerung und Verbreitung der GS1 Standards weiter aus. Besonders im Trainingsbereich hat sich hier im Jahr 2016 einiges getan. Im Category Management konnte das Schulungsangebot gemeinsam mit Partner-Dozenten ausgebaut werden. Außerdem bietet die GS1 Academy neue Trainings zum „Zertifizierten EDI Manager“, „Zertifizierten Data Quality Manager“ und ein Webinar unter dem Titel „How to sell on Market Places“ mit Unterstützung der Partner an.

2016 verzeichnete der Kreis der GS1 Solution Partner knapp 190 Unternehmen.

### Der unsichtbare Barcode des GS1 Solution Partner Digimarc.

Auch bewährte Standards entwickeln sich stetig weiter – vor allem mit der Unterstützung neuer, tatkräftiger Partner. GS1 Germany geht deshalb in Zukunft eine Partnerschaft mit dem amerikanischen Unternehmen Digimarc an, das einen Digital Watermark Code anbietet. Das Besondere: Der Code ist unsichtbar. Die Datenträgertechnologie bietet eine smarte Ergänzung zur GTIN mit Barcode und verspricht neben schnelleren Check-out-Prozessen im Handel und hohen Effizienzvorteilen in der Logistik auch neue Möglichkeiten im Verpackungsdesign. Darüber hinaus kann der sogenannte DWCode™ auch weitere Produktinformationen und Einkaufserlebnisse für den Kunden verfügbar machen – ganz einfach via Smartphone. Als Solution Partner bietet Digimarc seine Technologie nun auch für Kunden von GS1 Germany auf dem deutschen Markt an.

### Entwicklung Solution-Partner-Kreis.





# Digitale Tragweite.

# Märkte.

Digitalisierung ist Trend. Mega-Trend, um genau zu sein. Es geht nicht nur um mobile Bezahlung. Nicht nur um automatisierte Produktion. Sondern um die stete Innovation durch gesellschaftliche und technologische Veränderung. Technischer Fortschritt nimmt schließlich auch immer Einfluss auf die Art und Weise, wie wir denken. Jede Information ist in Sekundenschnelle googlebar. Alles und jeder lässt sich mit wenigen Klicks nachverfolgen. Mit anderen Worten: Digitales ist grenzenlos – und wächst mit jeder Innovation. Es beschränkt sich nicht auf die technischen Industrien. Digitale Prozesse finden Anwendung in jedem Bereich unseres Lebens sowie in jedem Sektor der Wirtschaft und beeinflussen damit jeden Teil der Wertschöpfungskette.

# Entwicklungen erkennen, Märkte verstehen.

GS1 Germany holt als neutrales Kompetenz- und Dienstleistungszentrum die Marktteilnehmer verschiedenster Branchen an einen Tisch, um Prozesse und Kommunikation zu standardisieren und stellvertretend für die gesamte Branche Optimierungen festzulegen. Im Jahr 2016 haben die digitalen und globalen Entwicklungen, die Anforderungen der Legislative – egal ob aus Brüssel oder aus Übersee – und die Bedürfnisse der Konsumenten die meisten Märkte durcheinandergeschüttelt. GS1 Germany hat das Ohr stets am Markt und konnte so zahlreiche Lösungen mit und für seine Kunden vorantreiben. Die Marktteilnehmer kamen dabei nicht nur aus der Fast-Moving-Consumer-Goods-Branche, sondern unter anderem auch aus den technischen Industrien, der Logistik und dem Gesundheitswesen. So konnte auch im vergangenen Jahr eine große Zahl an Neukunden gewonnen werden. Vor allem im für den Bereich Omni-Channel sensibilisierten Markt des Modeeinzelhandels wurde das Wachstum der Vorjahre nochmals übertroffen.

Neukunden in ausgewählten Branchen, Stand: 31.12.2016.



## Globale Lösungen für die technischen Industrien.

Die große Herausforderung für die technischen Industrien lautet Digitalisierung der Wertschöpfungskette – mit anderen Worten „Industrie 4.0“. Sie ist längst kein Trend mehr, sondern wird gelebt, wie inzwischen viele Unternehmen eindrucksvoll demonstrieren. Aber Vernetzung von Maschinen endet nicht an Unternehmensgrenzen. Standards zur Identifikation von Produkten, Maschinen oder Sendungen sind unverzichtbar. Denn erst sie sorgen unternehmensübergreifend für reibungslose Prozesse, schützen vor Fälschungen und ermöglichen ein Tracking von der Produktion bis zum Nutzer. Darum gaben Unternehmen und Verbände – darunter Bosch, Brainport Industries Association, Deutsche Bahn, Ericsson, Honeywell, Schaeffler, TNO/Smart Industry und VDMA – auf der Hannover Messe 2016 den Startschuss für eine globale Technical Industries Advisory Group unter dem Dach von GS1.

Ziel der gemeinsamen Arbeit ist die Definition einer Roadmap für den unternehmens- und sektorenübergreifenden Einsatz von Standards. Darüber hinaus widmen sich die Experten unter anderem den Grundlagen von standardbasierten Lösungen, damit auch kleine und mittlere Unternehmen Zugang zur Digitalisierung in Produktion und Logistik erhalten. Im Fokus steht der konkrete Bedarf der Industrie bei Serialisierung, Rückverfolgbarkeit und Direktmarkierung. Spezifische Anwendungsfälle sind Instandhaltung, Inventory Management oder Plagiatschutz.

**„Wir haben uns für den GS1 DataMatrix-Code entschieden, weil die standard-basierte Nutzung des Codes eine Vielzahl an Potenzialen bietet.“**

Ingrid Bichelmeir-Boehn, Leiterin Globaler Markenschutz, Schaeffler Technologies AG & Co. KG

### **Rückverfolgbar und vor allem fälschungssicher.**

Die Herzogenauracher Schaeffler Gruppe gehört zu den weltweit führenden Automobil- und Industrie-Zulieferunternehmen. Ihre Wälz- und Gleitlager werden an Kunden aus knapp 60 verschiedenen Branchen geliefert und dort weiterverarbeitet. Im Zuge der steigenden Ansprüche an Wartung und Rückverfolgbarkeit suchte das Management von Schaeffler nach einer digitalen Lösung, die sich reibungslos in den Produktionsprozess integrieren lässt und gleichzeitig ein hohes Maß an Sicherheit gewährleisten kann. Im Kampf gegen Produktpiraterie verfolgt das Unternehmen eine Null-Toleranz-Strategie und hat zur Sicherung der eigenen Entwicklungen bereits im Jahr 2004 ein Brand-Protection-Team gegründet, das sich seither um Markenrechtsverletzungen und Fälschungsdelikte kümmert. Im Zuge der Digitalisierung ergaben sich für Schaeffler nun ganz neue Wege der Absicherung. Zum Beispiel in Form des skalierbaren und mit dem Laser auftragbaren GS1 DataMatrix-Codes. Er gibt nicht nur Aufschluss über die Echtheit einer Ware, sondern ermöglicht zudem chargengenaue Rückverfolgbarkeit und standardbasiertes Bereitstellen und Abrufen zusätzlicher Produktinformationen wie Messprotokolle oder Leistungsdaten.

### Herausforderungen und Ausblick 2017.

Neben dem Start der Technical Industries Advisory Group zeichnen sich etwa in der Automobilbranche, der Wehrtechnik und dem Bahnsektor weitere Entwicklungen ab, die GS1 Germany mitträgt.

So wurde im vergangenen Jahr mit der Deutschen Bahn und anderen europäischen Bahnbetreibern die Grundlage für eine einheitliche Kennzeichnung auf Basis globaler Standards geschaffen. Mit dem Projekt „Auto-ID-fähige Bauteilserialisierung und Rückverfolgbarkeit“ wurde ein Prozess definiert, der es ermöglicht, Produkte über Unternehmensgrenzen hinweg eindeutig zu identifizieren und während ihres gesamten Lebenszyklus zu verfolgen. Ab 2017 sollen Lieferanten und Hersteller sicherheits- und verfügbarkeitsrelevante Bauteile der B-Schienenfahrzeuge mit einer eindeutigen Auto-ID-fähigen Seriennummer kennzeichnen.



### „Trusted Cloud“ für digitale Werkzeugbegleitkarten.

Aus der Cloud können Werkzeugdaten unternehmens- und standortübergreifend schnell und einfach abgerufen und aktualisiert werden. Zudem ermöglicht die eindeutige Kennzeichnung und automatische Identifikation von Werkzeugen eine automatisierte Übertragung stets neuester Werkzeugdaten auf die Maschinen und damit deren automatische Justierung.



#### FÖRDERPROJEKT TOOLCLOUD

**Laufzeit:** bis Jahresende 2016

**Förderer:** Bundesministerium für Bildung und Forschung

**Partner:** Lehrstuhl für Fördertechnik Materialfluss Logistik der TU München, mehrere Unternehmen aus Maschinen- und Anlagenbau

#### Ziele:

- Verwirklichung der „digitalen Werkzeugbegleitkarte“: durchgängige und permanente Bereitstellung von Werkzeugdaten für alle Unternehmen einer Werkzeug-Supply-Chain
- Wegfall manueller Eingaben bei Werkzeugwechsel
- Niedrigere Fehlerquote – mehr Effizienz

#### Besondere Mitwirkung GS1 Germany:

Feldtest mit DataMatrix-Codes auf Metallteilen (Direktmarkierung)

**Projekt-Website:** [www.verbundprojekt-toolcloud.de](http://www.verbundprojekt-toolcloud.de)

### Internet of Things at its Best.

Im Mittelpunkt des Projektvorhabens steht die Entwicklung eines cyberphysischen Systems, das die Qualitätsdaten von Autoteilen in der Supply Chain digital erfasst.

#### FÖRDERPROJEKT SASCH (Digitale Services zur Gestaltung agiler Supply Chains)

Bestandteil des Programms „Digitale Technologien für die Wirtschaft (PAiCE)“



**Laufzeit:** bis 31. Oktober 2019

**Förderer:** Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

**Partner:** Bosch, BLG Industrielogistik, BIBA (Bremer Institut für Produktion und Logistik), Queo

**Ziel:** Erarbeitung digitaler Services für agile Supply Chains

#### Besondere Mitwirkung GS1 Germany:

- Leitung eines Arbeitspakets zur Erweiterung des EPCIS-Standards um Sensordaten
- Einbringen von Ergebnissen aus der DIN SPEC 91329
- Erweiterung des EPCIS-Ereignismodells um aggregierte Produktionsereignisse zur Verwendung in betrieblichen Informationssystemen (ausgezeichnet mit dem DIN Innovationspreis 2016)

# Etablierung des Competence Center Supply Chain Management.

Die kontinuierliche Verbesserung des Warenflusses ist zentrales Ziel eines innovativen Supply Chain Managements. Mit dem Competence Center Supply Chain Management (CC SCM) hat GS1 Germany zu Beginn des Jahres 2016 seine weitreichende Logistikexpertise gebündelt und an einer zentralen Schnittstelle organisiert. Das CC SCM arbeitet an der stetigen Optimierung von Lieferketten und Logistikprozessen – ein Innovationsbereich, von dem nahezu jede Branche profitiert. Das Kompetenzzentrum agiert als One-Stop Shop bei der Suche nach innovativen Wegen zur effizienten Warenversorgung. Die Kundenunternehmen werden in Fragen der Prozessoptimierung beraten, finden Unterstützung bei der flexiblen und effizienten Ausgestaltung von Transport- und Lagerkonzepten und profitieren von der engen Zusammenarbeit mit Logistikpartnern. Neben der Etablierung des CC SCM hat der Bereich des Supply Chain Managements im vergangenen Jahr unterschiedliche Projekte vorangetrieben.

## Neue Standards für Paketkästen.

Unter dem Dach des Deutschen Instituts für Normung e. V. fand im vergangenen Jahr die Arbeitsgruppe „Nutzeroffene Übergabeeinheit“ zusammen. Gemeinsam mit GS1 Germany diskutierten Logistikverbände und Paketdienstleister sowie Software- und Paketkastenhersteller die Voraussetzungen für ein gemeinschaftliches Paketkastensystem. Schon jetzt bieten Paketkästen die Möglichkeit, Sendungsabwicklungen effizienter zu gestalten. Ein gemeinsames System aller Dienstleister wäre nicht nur kundenoptimiert, sondern würde die logistischen Prozesse maßgeblich verbessern. Als notwendige Grundlage machte die Arbeitsgruppe allen voran ein offenes Zugangssystem aus, das sowohl Logistik- und Verbraucherdaten schützt als auch den Wettbewerb fördert. GS1 Germany hat sich im vergangenen Jahr auch weiter dafür eingesetzt, dass Kurier-, Express- und Postdienste die Rückverfolgbarkeit ihrer Lieferungen mit GS1 Standards gewährleisten können. Die Nummer der Versandeinheit (NVE, international als Serial Shipping Container Code, kurz SSCC, bekannt) und der GS1-128 Barcode

bieten hier Datensicherheit für Lieferant und Kunden und ermöglichen die Interoperabilität zwischen den Anbietern.

## Einigung auf standardisierten Palettschein.

2016 markiert einen Durchbruch für die Rückverfolgbarkeit von Ladungsträgern. Unter dem Dach von GS1 Germany haben Logistik- und Pooldienstleister gemeinsam mit Handel und Industrie erstmals die Verwendung eines standardisierten Palettscheins in die Wege geleitet. Ähnlich wie das GS1 Transportetikett kann die einhergehende Vereinheitlichung der Datenerfassung einen Wendepunkt für die Branche bedeuten. Im Rahmen des Arbeitskreises wurden Regeln für die Herausgabe und den Eintausch von Palettscheinen definiert und ein einheitliches Layout entwickelt: Jeder Palettschein wird durch den aufgebrauchten Global Document Type Identifier (GDTI) auf dem Schein eindeutig identifiziert und dadurch rückverfolgbar. Die Daten sind durch den GS1 DataMatrix verschlüsselt und können per Scan abgerufen werden. Die Serialisierung schützt Handel und Industrie vor Fälschungen. Die Datenerfassung auf Basis der GS1 Standards hat zudem die Voraussetzung dafür geschaffen, Palettscheine auch elektronisch über EDI auszutauschen. Die flächendeckende Umsetzung ist klares Fokusthema für 2017.



Der GS1 Palettschein mit GS1 DataMatrix.

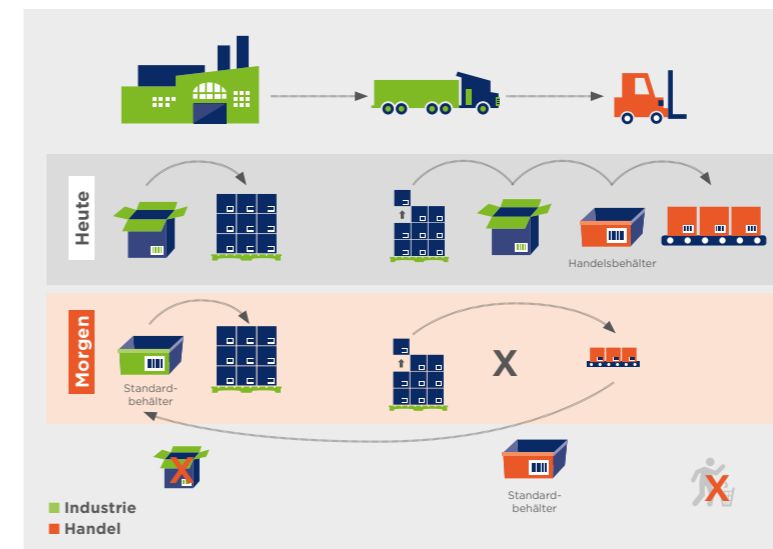
## Einführung des Warehouse Quick Check.

Seit April 2016 bietet GS1 Germany Lagerbetreibern ein neues Beratungsformat an: den Warehouse Quick Check. Besonders im Lagermanagement haben sich durch die Digitalisierung der Wertschöpfungskette nicht nur neue Herausforderungen, sondern auch vielfältige Möglichkeiten zur Prozessoptimierung entwickelt. In einem zweitägigen Vor-Ort-Termin überprüfen die Experten von GS1 Germany, wo der Einsatz von Standards die Prozesse schlanker gestalten kann. Daneben analysieren sie Laufwege und stellen Einlagerstrategien und Kommissionierung auf den Prüfstand. Anschließend werden neue Lösungsansätze identifiziert und in eine Top 5 Action List übertragen.

## Mehrwegtransportverpackungen zur Handelsbelieferung.

Unter dem Dach von GS1 Germany treiben Handel und Industrie gemeinsam die Entwicklung von Behälterprototypen für ein unternehmensübergreifendes Mehrwegsystem zur Handelsbelieferung voran. Im Fokus steht der Einsatz von mehrfach verwendbaren Transportbehältern auf dem Weg vom jeweiligen Hersteller bis ins Handelslager. Die Ziele sind die Verschlinkung der Prozesse in der Kommissionierung und eine höhere Auslastung von Transporteinheiten wie etwa Lkw-Laderäumen. Auch die Reduzierung von Verpackungsmaterial ist ein erklärtes Anliegen. Ein Erfolgsfaktor ist die Bereitschaft der Branche, die Vorteile einer unternehmensübergreifenden Prozessoptimierung zu erkennen und in den Unternehmen umzusetzen. Erste Ergebnisse aus Pilotprojekten zeigten: 20 Prozent der betrachteten logistischen Prozesskosten je Primärverpackung können selbst bei konservativer Schätzung reduziert werden.

## Logistik der Handelsbelieferung – heute und morgen.



## Effizientere Prozesse im Getränke-Mehrweg.

Brauereien, Handel und Getränkefachgroßhandel einigten sich im vergangenen Geschäftsjahr auf den Umgang mit der Flaschenvielfalt. Die Branche legte ein Positionspapier vor, mit dem die Prozesse zwischen allen Beteiligten kooperativ und fair verbessert und das Mehrwegsystem gestärkt werden soll. Seit Januar 2015 arbeiteten Vertreter aus Industrie und Handel an Vorschlägen für die

Zukunft des Mehrwegpools. Einzelhandel und Brauereien haben sich mit Beteiligung des Getränkefachgroßhandels Ende 2016 auf elf Punkte verständigt, die sowohl den Anforderungen des Handels als auch der Brauereien gerecht werden. Darüber hinaus wird ein Standard-Leergut-Ersatzgebilde für alle gängigen Flaschentypen (0,5 und 0,33 Liter) voraussichtlich schon bis Ende März 2017 in einer Typbeschreibung definiert.



## Neue Richtlinien für die Nachhaltigkeitsberichtspflicht.

Im Rahmen der Ergänzungsrichtlinie 2014/95/EU verpflichtet die Europäische Union eine Vielzahl von Unternehmen ab dem kommenden Jahr zur Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts. Firmen mit über 500 Mitarbeitern oder mehr als 40 Millionen Euro Umsatz bzw. 20 Millionen Euro Bilanzsumme müssen Informationen über ihre Maßnahmen zur Förderung nachhaltigen Wirtschaftens offenlegen. Innerhalb der EU sind zwar nur rund 6.000 Unternehmen direkt davon betroffen – jedoch beinhaltet die Ergänzungsrichtlinie auch die Geschäftspartner und Zulieferer entlang der Wertschöpfungskette.

GS1 Germany hat mit Vertretern aus Handel und Industrie daher eine Projektgruppe gegründet, um Prozesse zu entwickeln, die jedem am Gesamtprozess beteiligten Unternehmen die Informationsabgabe mithilfe von Standards ermöglicht. Während die Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht erst zum Geschäftsjahr 2017 greift, bietet GS1 Germany den beteiligten Unternehmen eine Plattform, um den Anforderungen von morgen schon heute gerecht werden zu können.

### Mit umfassender Kollaboration zu weniger CO<sub>2</sub>.

Das EU-Förderprojekt NexTrust identifizierte insgesamt 4.733 kollaborative Möglichkeiten der Verkehrsbündelung und 20.000 Umlademöglichkeiten für den kombinierten Verkehr in Europa in der Pilotkategorie „Full Truck Load“ (FTL). Dies ist eine von vier Pilotkategorien des Horizon2020-Projekts NexTrust, das der effizienten und nachhaltigen Gestaltung der Logistik in Europa dient.

#### FÖRDERPROJEKT NEXTRUST

**Laufzeit:** bis 31. Oktober 2018

**Förderer:** EU-Kommission

**Partner:** Mehr als 30 Unternehmen aus der Warenlogistik mit über einer Million Tonnen jährlichem Frachtvolumen

#### Ziele:

- 40 % weniger genutzte Lkw
- 15 % weniger genutzte Lieferwagen
- 70 % weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen
- 50 % höhere Auslastung von Transportfahrzeugen

#### Besondere Mitwirkung GS1 Germany:

- Standardisierung der Warenflüsse in Pilotprojekten
- Kommunikation und Verbreitung sowie Mitwirkung im Coordination Team
- Steuerung des NexTrust Industrie Board

**Projekt-Website:** [www.nextrust-project.eu](http://www.nextrust-project.eu)

**Videos:** Einführung und Interview

NexTrust



## „Für uns ist Lean and Green eine Initiative, wie sie uns so bisher noch nicht geboten wurde.“

Jens-Tomas Skuderis, Leiter Distributionslogistik International bei Kaufland

### Die Zukunft leuchtet grün.

Prozesse optimieren und gleichzeitig etwas für die Umwelt tun. Bei Kaufland ist dieses Vorhaben in den letzten Jahren nicht nur gelungen, sondern die Senkung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes in der Logistik des Warenunternehmens wurde sogar mit dem Lean and Green Star ausgezeichnet. Im Rahmen der groß angelegten Umweltinitiative hat die Logistiksparte der Neckarsulmer Lebensmittel-Einzelhandelskette auf einen Maßnahmenmix gesetzt. Zum einen wurde die Beleuchtung auf LED-Technologie umgestellt und garantierte so massive Energieeinsparungen. Darüber hinaus wurde ein Energie-Controlling implementiert, das durch digitalisierte Optimierungen große Erfolge erzielen konnte: zum Beispiel mit dem optimierten Einsatz von Kältemitteln, einer höheren Volumenauslastung bei Transporten und reduzierten Transportwegen durch die Eröffnung ein neues Verteilzentrums. Seit Beginn hat Kaufland Logistik so mit seinem verantwortungsvollen Nachhaltigkeitsmanagement 30.000 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart – das ist der Jahresverbrauch von knapp unter 6.000 Einfamilienhäusern und bedeutet bezogen auf das Jahr des Beginns der Initiative eine Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen um knapp 30 Prozent.



Die Non-for-Profit-Initiative verfolgt das Ziel, die Treibhausgasemissionen in den Logistikprozessen teilnehmender Unternehmen innerhalb von fünf Jahren um 20 Prozent zu reduzieren. Angefangen bei elektronischer Kommunikation über Logistikkoperationen bis hin zu spritsparendem Fahren – es zählt alles, was das Klima schont.

## Sechs Lean and Green Stars.



Die Nachhaltigkeitsinitiative „Lean and Green“ konnte im vergangenen Jahr weitere Unternehmen prämiieren. Bereits im Frühjahr konnten mit der Rigterink Logistik GmbH & Co. KG und der VS Heibo Logistics GmbH gleich zwei reine Logistik- und Transportunternehmen ihren CO<sub>2</sub>-Ausstoß innerhalb von fünf Jahren um mindestens 20 Prozent senken. Die Belohnung: der Lean and Green Star. Im Herbst wurden dann im Rahmen des ECR Tags in Berlin vier weitere Unternehmen für ihre Nachhaltigkeitsarbeit mit dem Preis ausgezeichnet. Die Preisträger haben die Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes durch verschiedene Strategien und Prozesse erreicht: Aldi Süd konnte durch sein Quellgebietskonzept die Rampenkontakte

der Regionalgesellschaften reduzieren. Chep Deutschland hat durch Transport- und Standortanalysen die durchschnittlichen Entfernungen zwischen dem firmeneigenen Service Center und den Standorten von Industriekunden reduziert. Unilever erhöhte durch ein effizientes Energiemanagement im Lager und die verstärkte Kooperation mit Spediteuren die Lkw-Auslastung. Der Handelskonzern Kaufland erneuerte seinen Logistikbereich durch ein LED-Beleuchtungskonzept und ein smartes Energie-Controlling. Im Jahr 2017 wird das Konzept der Lean and Green Stars ausgeweitet. Unternehmen sollen dann auch für ihr weiterführendes Engagement in puncto grüne Logistik mit einem zweiten Stern ausgezeichnet werden.

## GS1 Standards in der Healthcare-Branche.

Die wirtschaftliche Situation deutscher Krankenhäuser hat sich in den letzten Jahren erheblich verschlechtert. Sie sind kaum noch in der Lage, die steigenden Kosten durch Einsparungen aufzufangen, viele stehen vor der Insolvenz. Der Spagat zwischen Kostendruck und Patientensicherheit wird immer größer. Ein Hebel zu mehr Wirtschaftlichkeit ist die Steuerung von Klinikprozessen mit Barcode-Scanning auf Basis von GS1 Standards. Dies ermöglicht eine fallbezogene, lückenlose Dokumentation, ein transparentes Kosten-Controlling und die schnelle Rückverfolgung von Medizinprodukten – ein entscheidender Schritt hin zu mehr Patientensicherheit. Besondere Informationspflichten bei implantierten Medizinprodukten schreibt seit Oktober 2015 etwa die Verordnung zur Regelung der Abgabe von Medizinprodukten und zur Änderung medizinprodukte-rechtlicher Vorschriften vor. Krankenhäuser sind seitdem verpflichtet, Medizinprodukte und ihre Abgabe lückenlos zu dokumentieren, um im Ernstfall etwa Implantate patientengenau innerhalb von 72 Stunden zurückverfolgen zu können.

GS1 Standards helfen jedoch nicht nur dabei, die Medizinprodukte-Abgabeverordnung umzusetzen. Sie bieten auch das Potenzial, mehr Zeit für die Pflege des Patienten zu schaffen und das Pflegepersonal von aufwendiger Materialdokumentation zu entlasten: Die Produkte müssen nur gescannt werden. Anschließend werden die Daten der Patientenakte zugewiesen. Ergebnis ist ein transparentes Kosten-Controlling, was vor allem in der Abrechnung mit den Krankenkassen einen wirtschaftlichen Mehrwert generiert.



**„Der Bedarf an digitalisierten Ansätzen im Gesundheitswesen zeigt sich jeden Tag aufs Neue. Umso dringender sind praxisnahe Ansätze und Lösungen, die sich effizient und flexibel einsetzen lassen.“**

Gertrud Türk-Ihli, Leiterin der Informations- und Medizintechnik der medius Kliniken (ehem. Kreiskliniken Esslingen)

### **Digitale Sicherheit für Patient und Personal.**

Um Prozesse zusammenzuführen und Patienten so optimal wie möglich zu versorgen, setzten die medius Kliniken auf eine neue Strategie für den barcodegestützten Medikations-Workflow. Um den Kreislauf zusammenhängender Prozesse mit minimalem Ressourcenaufwand und gleichzeitig maximaler Effizienz zu ermöglichen, entschieden sie sich im Zuge der Optimierung ihrer Abläufe für die GS1 Standards und Lösungen von AGFA HealthCare. Verwaltung, Mitarbeiter und Patienten an den medius Kliniken zeigen sich begeistert über das Barcode-Projekt an ihrem Krankenhaus. Ein einziger Scanvorgang genügt, um sowohl den Patienten als auch seine Medikation eindeutig zu bestimmen. Die Dokumentationsqualität wurde verbessert und die Effizienz gesteigert. Zudem ließen sich unerwünschte Arzneimittelnebenwirkungen und -wechselwirkungen reduzieren.

*Für ihr vorbildliches Projekt zum Wohle des Patienten haben die medius Kliniken (ehem. Kreiskliniken Esslingen) und AGFA HealthCare den GS1 Healthcare Award 2016 in der Kategorie „Unternehmenskooperation“ erhalten.*

„Wir verwenden die Global Trade Item Number von GS1 als weltweit eindeutige Identifikationsnummer für unsere Produkte. Der Barcode enthält zusätzlich zur eindeutigen Produktzuordnung weitere wesentliche Informationen wie Herstellungs- und Verfallsdatum sowie die Chargennummer beziehungsweise Seriennummer.“

Matthias Rapp,  
Materialflussplaner bei Erbe Elektromedizin GmbH

### Internationale Rückverfolgbarkeit dank Unique Device Identification.

Auch international ist die eindeutige Kennzeichnung von Medizinprodukten ein immer prominenteres Thema, das Einfluss auf die Prozesse der stark exportorientierten Branche nimmt. So müssen in den USA aufgrund der Auflagen der nationalen Gesundheitsbehörde FDA die Beteiligten der gesamten Versorgungskette im Bereich Healthcare ihre Medizinprodukte seit 2013 mit der Unique Device Identification (UDI) kennzeichnen – in Europa rechnet man mit einer entsprechenden Verordnung ab dem nächsten Jahr. GS1 Germany bietet den Herstellern Lösungen, um die Auflagen zu erfüllen. Schließlich müssen Kliniken in Vorbereitung auf die Gesetzesänderung die gesamte Stammdatenpflege überarbeiten und alle Produkte mit Barcodes versehen – am besten basierend auf **Standards von GS1**. Die nötigen Produktinformationen können dann von den Produzenten und Lieferanten zur Verfügung gestellt werden. Eine gute Möglichkeit für die Daten-Aggregation bietet auch hier das Global Data Synchronisation Network (GDSN). Darüber lassen sich mittelbar Daten zur Verfügung stellen, sowohl für legislative Organe wie die FDA oder die EU als auch für Krankenhäuser selbst – das GDSN hat damit die Funktion eines zentralen Tools für die Rückverfolgung, das lückenlos die Patientensicherheit und Prozessfolge reguliert.

### GS1 Standards im Einsatz gegen gefälschte Medikamente.

Im Februar 2016 trat die EU-Richtlinie zum Schutz gegen Arzneimittelfälschungen (EU) 2016/161 in Kraft. Mit dem neuen Gesetz werden Pharmahersteller dazu verpflichtet, ihre verschreibungspflichtigen Präparate eindeutig identifizierbar zu machen. Nach einer Übergangsfrist von drei Jahren dürfen dann nur noch Arzneimittel verkauft werden, die entsprechende Sicherheitsmerkmale wie eine individuelle Seriennummer oder einen 2D-Code (DataMatrix) aufweisen. Die zeitkritische Umsetzung der neuen Verordnung stellt die Unternehmen der Branche vor beträchtliche Herausforderungen. Sie müssen möglichst schnell einen geeigneten Lösungsanbieter finden, um innerhalb der nächsten zweieinhalb Jahre neue Prozesse in ihrer pharmazeutischen Lieferkette zu etablieren. Um das Potenzial von Partnerschaften mit versierten Anbietern zu verdeutlichen, veranstaltete GS1 Germany auch im vergangenen Jahr ein Fachforum, das Pharmaproduzenten und Solution Provider zusammenbrachte. Im Rahmen einer Roadshow bot sich die Gelegenheit, die verschiedenen Facetten der Fälschungsschutzrichtlinie zu beleuchten und offene Fragen mit Kollegen aus der Branche sowie erfahrenen Dienstleistern zu diskutieren.

GS1 Standards sind von FDA akkreditiert – 88 Prozent der Produkte in der Datenbank sind GS1-gelabelt.

Die Unique Device Identification ermöglicht die Rückverfolgbarkeit von Medizinprodukten.

### Patientensicherheit großschreiben

Europa steht vor den Herausforderungen der Medizinprodukteverordnung

**400.000** VERSCHIEDENE MEDIZIN-PRODUKTE SIND WELTWEIT AM MARKT VERFÜGBAR

**BEDARF STEIGEND**

Der weltweite Gesamtumsatz von Medizinprodukten liegt bei **220 MILLIARDEN EURO**

Deutschland ist **drittgrößter** Produzent

**Exportanteil 68 %**

Zwei Drittel des Umsatzes werden im Ausland generiert

**2/3**

**WELTWEIT 105.000** ZURÜCKGERUFENE MEDIZINISCHE PRODUKTE

**130 – 270** STUNDEN jährlicher Personalaufwand für die Rückverfolgung von Medizinprodukten

**TROTZDEM WERDEN 40 – 80 MILLIONEN ÜBERSEHEN**

Quelle: McKinsey & Company, BVMed, Sachverständigenrat zur Begutachtung der Entwicklung im Gesundheitswesen  
Gestaltung: GS1 Germany

### Rechtskonformität

Mit **GS1 Standards** lassen sich Medizinprodukte jederzeit mittels Unique Device Identifier (UDI) kennzeichnen.



### Prozessoptimierung

**GS1 Standards** automatisieren manuelle Prozesse und stellen die verlässliche Einhaltung der Medizinprodukteverordnung sicher.



### Globale Transparenz

**GS1 Standards** werden international angewendet und verhindern weltweit Fälschungen.



### Rückverfolgbarkeit

**GS1 Standards** bilden die Basis für lückenlose Rückverfolgbarkeit vom Hersteller bis zum Patienten.



**GS1** [www.gs1-germany.de](http://www.gs1-germany.de)

# Heiß umkämpftes Mobile Payment.

So wie die digitalen Entwicklungen die gesamte Wertschöpfungskette verändern, nehmen sie auch Einfluss auf den Bezahlvorgang im stationären Handel. Bereits in den letzten Jahren hat GS1 Germany mit der jährlichen Mobile-in-Retail-Studie und einer Pilotinitiative an verschiedenen Stellen die Forschung und Entwicklung am Point of Cash mitbegleitet. Denn auch wenn die Deutschen weiterhin am liebsten mit Bargeld bezahlen, bleibt der Markt der verschiedenen Bezahlformen in Bewegung. Für einen Überblick hat GS1 Germany die für Deutschland relevanten Verfahren gegenübergestellt. Zurzeit bestimmen zehn nationale Mobile-Payment-Verfahren hierzulande das Geschehen. Ebenso viele internationale – darunter

Apple Pay, PayPal und Alipay – planen den Markteintritt oder könnten als Blaupause für nationale Anbieter dienen. GS1 Germany hat durch das andauernde Engagement gemeinsam mit Partnern aus dem Einzelhandel und der Mobilfunkbranche den Weg für zeitgemäße Payment-Verfahren in Deutschland geebnet.

## Verbraucherorientierte Forschung.

Um ein umfassendes Meinungsbild zum Thema Mobile Payment aus der Kundenperspektive zu erhalten, führten die Marktforschungsinstitute GfK und Nielsen in Zusammenarbeit mit Research Now und POSpulse während der Initiative NFC City Berlin verschiedene Verbraucherstudien durch. So befragte Nielsen deutschlandweit über 1.000 Smartphone-User. Die Ergebnisse zeigten, dass sich mehr als die Hälfte der Smartphone-Benutzer vorstellen können, Mobile Payment zu nutzen. Als interessanten Insight für eine zukünftige Zielgruppenausrichtung und Produktkommunikation stellte sich eine Diskrepanz zwischen dem realen Nutzer innerhalb der derzeitigen Struktur und dem potenziellen typischen Nutzer der Zukunft heraus. Während mobiles Bezahlen gegenwärtig eher junge, ledige Männer anzusprechen scheint, wird es in Zukunft voraussichtlich von weiblichen, familiär gebundenen und berufstätigen Frauen mittleren Alters genutzt werden, die Wert auf eine ausgeglichene Work-Life-Balance legen.

Eine attraktive Zielgruppe  
**Die smartphoneaffinen Work-Life-Balancer**

**Motto**  
„Karriere, Spaß am Leben und Familie sind mir gleichermaßen wichtig – ein Leben ohne Smartphone kann ich mir nicht mehr vorstellen.“

**22%**  
zahlen bereits über das Smartphone.

**14%** favorisieren Mobile Payment.  
**65%** würden Mobile Payment nutzen.

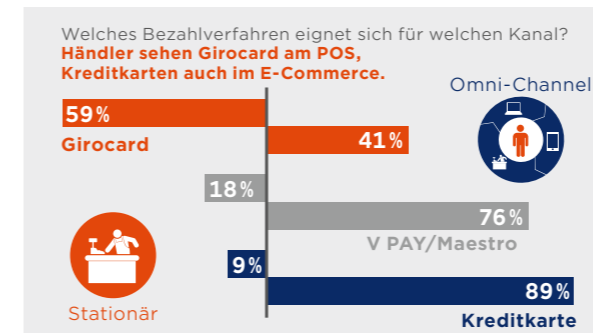
**Typische Kennzeichen**

**54% Frauen** **41 Jahre** Altersdurchschnitt

**Höhere Bildung und Einkommen**  
Oft mit **Kindern**  
Gehen **überdurchschnittlich** häufig einkaufen  
**Aktiv**  
Eher **online** oder **unterwegs** statt TV oder lesen



## Mobile-in-Retail-Studie 2016.



## Veröffentlichung der fünften Mobile-in-Retail-Studie.

Im Oktober 2016 veröffentlichte GS1 Germany eine weitere Mobile-in-Retail-Studie, die vom EHI Retail Institute durchgeführt wurde. Die neuesten Entwicklungen zeigen, dass die Verbreitung neuer Zahlungsformen zwar stark zunimmt, das „klassische“ Bezahlen mit Bargeld und Giro- oder Kreditkarte aber auch in Zukunft eine große Rolle spielen wird. Die Zukunft liegt in der Vielfalt: 94 Prozent der in der Studie befragten Händler lehnen die viel diskutierte Abschaffung des Bargelds deutlich ab. Eine Zukunft ohne Mobile Commerce ist für die Händler ähnlich undenkbar: Mehr als acht von zehn Befragten sehen den mobilen Kanal als Kern einer Omni-Channel-Strategie und untermauern damit auch die Relevanz des NFC-basierten Mobile Payment. Eine wichtige Entwicklung ist zudem die Integration des Mobile Couponing. NFC-basierte Coupons könnten in Zukunft den mehrheitlich von Codes belegten Bereich ablösen und so auch einen effizienteren Bezahlvorgang begünstigen. Großes Potenzial sehen Händler in dem von der Europäischen Zentralbank vorbereiteten SEPA Instant Payment. Hauptargumente für dieses Verfahren sind laut

Studie der Wegfall von Interchange-Gebühren, die schnellere Verfügbarkeit des gezahlten Betrags für Händler und die Option, das Verfahren in Händler-Apps zu integrieren.

## Erfolgreicher Abschluss der Initiative NFC City Berlin.

Mobiles Bezahlen ausweiten und als neue Bezahlmethode beim Verbraucher bekannt machen: Das war das Ziel des Pilotprojekts NFC City Berlin. Nach zwölf Monaten endete das Projekt, das in Zusammenarbeit mit 25 Partnern 1.000 zusätzliche Märkte in Deutschlands Hauptstadt mit NFC-Terminals ausstattete. Die positive Resonanz der Kunden und Händler sorgte dafür, dass nun mehr als 2.000 Geschäfte in Berlin die Bezahlmöglichkeit mit NFC-Technologie anbieten. Die Initiative startete 2015 unter dem Dach von GS1 Germany, beteiligt waren sechs führende Handelsunternehmen und alle deutschen Mobilfunknetzbetreiber. Unter dem Motto „zahl-einfach-mobil“ wurde sie zunächst bei Galeria Kaufhof, Kaiser's, Obi, Real, Rewe, Penny, Temma und Oh Angie sowie in den Shops der Mobilfunkanbieter eingeführt.

# Digitale Verantwortung. Unternehmen.



Jede Veränderung hat einen Ursprung. Einen zentralen Knotenpunkt im Netzwerk, der gleichzeitig Impulsgeber ist. Wer Impulse geben und Teil der Veränderung sein will, beginnt mit der Innovation im eigenen Haus. Wer optimierte Prozesse für eine digitale Welt liefert, optimiert folglich auch die eigenen Strukturen. Zum Beispiel mit einer hoch flexiblen Gremienstruktur, um jeder neuen Entwicklung gerecht zu werden. Mit innovativen Projekten, die mehr als nur eine Branche beeinflussen. Mit strategischen Beteiligungen, die den Wandel mit den richtigen Services unterstützen. Impulsgeber schreiten nicht nur voran, sie übernehmen Verantwortung für das, was sie tun, und leben die Innovation, die sie in die Welt hinaustragen.

# Veränderung, Innovation und Wachstum.

2016 war ein erfolgreiches Jahr für GS1 Germany. Alle Geschäftsaktivitäten des Unternehmens richteten sich weiter konsequent an den Herausforderungen und Bedürfnissen seiner Kunden aus. So standen die Zeichen auf Veränderung, Innovation und Wachstum. Wichtigste Säule im Jahr 2016 bildete dabei die Neuausrichtung der Gremienstruktur und damit einhergehend eine Ausweitung des Projektmanagements als Basis für eine hohe Ergebnis- und Implementierungsorientierung in der kollaborativen Entwicklungsarbeit auf der Plattform GS1 Germany.

Einhergehend mit den wachsenden Anforderungen verzeichnete GS1 Germany im vergangenen Geschäftsjahr zudem erneut steigende Mitarbeiterzahlen mit einem Wachstum von 11 Prozent. Grund war insbesondere der Aufbau neuer Services und Geschäftsfelder. Angesichts dieser Entwicklungen und des Ziels, dem Anspruch als Wissens-Company fortwährend gerecht zu werden, bildeten auch 2016 Qualifizierungsprogramme für alle Ebenen und Funktionen sowie eine zukunftssichernde Nachwuchsförderung die wichtigsten Punkte der Human-Resources-Strategie. Das interne wie externe Weiterbildungsangebot, die Investitionen in Wissens- und Innovationsmanagement sowie die strukturierte Nachwuchsplanung durch Trainee- und Azubi-Programme werden weiter ausgebaut.



Jahresempfang des Ronald McDonald Hauses Köln - sponsored by GS1 Germany im Knowledge Center.

## Soziales Engagement.

Verantwortung übernehmen durch pragmatische Hilfe ist seit Jahren Tradition bei GS1 Germany. Ein Beispiel für das soziale Engagement des Unternehmens ist die Unterstützung des Kölner Ronald McDonald Hauses, das Familien ermöglicht, während der Behandlung ihrer Schützlinge ein Zuhause auf Zeit in der Nähe der behandelnden Klinik zu finden. Seit 2012 hat GS1 Germany eine Patenschaft für ein Apartment, die auch 2016 verlängert wurde.

Zudem ist das Engagement „Flüchtlingshilfe@GS1-Germany“ hervorzuheben, das hauptsächlich ehrenamtlich von Mitarbeitern des Unternehmens getragen wird. Auch 2016 wurde dieses Engagement fortgesetzt und bot konkrete Hilfestellungen für die Betroffenen.

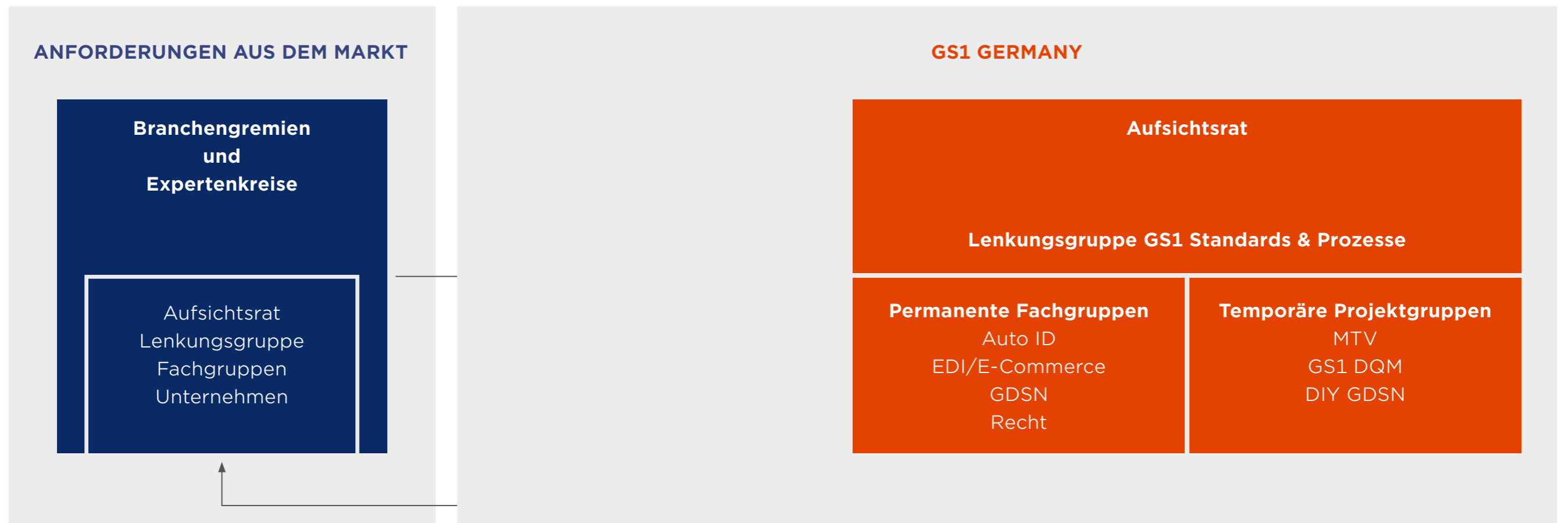
Dazu zählten unter anderem die Begleitung bei Behördengängen sowie Sprachkurse und allgemeine Informationsveranstaltungen rund um Fragen zu Arbeiten, Leben und Wohnen in Köln. Zusätzlich konnte GS1 Germany gemeinsam mit der Kölner Industrie- und Handelskammer zwei Ausbildungsplätze für Flüchtlinge realisieren, die 2016 erfolgreich besetzt werden konnten. Praktika vor Ausbildungsbeginn erleichtern den Einstieg für die neuen Mitarbeiter; insbesondere wenn die Deutschkenntnisse noch nicht ausreichend sind. Die Bereitstellung einer Wohnung aus dem Betriebsbestand und die Weitergabe der gesetzlichen Mieteinnahmen an lokale Flüchtlingshilfen rundeten das Unterstützungspaket im vergangenen Jahr ab.

# Neuordnung der Gremienstruktur.

Schwerpunkt der GS1 Community-Arbeit war 2016 die umfassende Reorganisation der Gremien und Fachgruppen, die die zentralen Strukturen und Plattformen für die Entwicklung von Standards, Prozessen und Services sicherstellt. Alle Arbeitsgruppen der GS1 Community wurden auf eine noch stärkere Marktorientierung und transparente, ergebnissichernde Projektarbeit ausgerichtet.

Dazu wurde 2016 die bestehende Gremienstruktur neu geordnet und ein umfassendes Projektmanagement als Methodik implementiert. Kern ist das Zusammenspiel von permanenten sowie temporären branchen- und fachspezifischen Expertengruppen in Kombination mit Auftrags- und Entscheidungsgremien. Die neue Gremienstruktur ermöglicht schnellere Ergebnisse und eine verbesserte verbindliche Umsetzung.

- Alle Gremien werden zu gleichen Teilen von Vertretern betroffener und interessierter Wirtschaftskreise besetzt.
- Die **Branchengremien** fördern den Informationsaustausch zwischen den beteiligten Unternehmen, ihre Mitglieder entwickeln konkrete Arbeits- und Projektanträge.
- Die **Expertenkreise** beraten sich zu strategisch wichtigen Themenfeldern und fördern so den Netzwerkcharakter der Plattform GS1 Germany. Beide Organe liefern direkte Insights zu den Anforderungen aus dem Markt.
- Die **Entscheidergruppe** fungiert als Kontroll- und Distributionsorgan. Sie prüft sämtliche Anträge und leitet Aufträge an geeignete Gruppen weiter oder initiiert relevante Neugründungen.
- Die vier **permanenten Fachgruppen** setzen sich branchenübergreifend zusammen und spiegeln globale und europäische Fachgruppen. Sie sichern die Pflege und Weiterentwicklung der GS1 Standards und Anwendungsempfehlungen.
- Die **temporären Projektgruppen** bearbeiten Themenfelder, die nicht in die Ressorts der permanenten Fachgruppen fallen.
- Alle Gruppen werden von der **Lenkungsgruppe GS1 Standards & Prozesse** gesteuert.



## Ausbau des Projektmanagements.

Bereits 2012 führte GS1 Germany für interne, komplexe Aufgabenstellungen Projektmanagement ein und sicherte damit die Qualität und Ergebnisse seiner Strategieentwicklung ebenso wie die operativen Geschäftstätigkeiten.

Im Jahr 2016 beschloss das Unternehmen nun gemeinsam mit dem Aufsichtsrat, im Zuge der Neuausrichtung der Gremienarbeit diese Managementmethode ebenfalls in der unternehmensübergreifenden Entwicklungsarbeit der GS1 Community zu implementieren. Hintergrund ist die meist sehr heterogene Besetzung der Projekte durch mehrere Fachabteilungen und Entscheidungsträger aus unterschiedlichen Unternehmen. Dies stellt hohe Ansprüche an die effiziente und qualitative Projektarbeit

innerhalb der Gremien und insbesondere an die Sicherstellung einer implementierungsfähigen Marktreife der Ergebnisse. Die Entwicklungsarbeit für das GS1 Standard- und Prozessportfolio erreicht damit maximale Transparenz und Qualität.

Einhergehend mit diesem Schritt wurde außerdem das GS1 Projektmanagement Office (PMO) personell und qualifiziert ausgebaut. Es fungiert als Knotenpunkt für alle internen und externen Projekte. Neben dem operativen Support in Projekten ist das PMO das zentrale Controlling-Gremium bei der Organisation und Durchführung von Projekten. Mit dem Ausbau der Funktion erfuhren auch die strategischen Komponenten des Programm- und Portfoliomanagements eine Professionalisierung.

## Neuer Expertenkreis für Innovation.

Innovation ist Teil der DNA von GS1 Germany. Denn in einer Welt, die von stetem Wandel getrieben ist, sieht sich das Unternehmen als treibende Kraft in der Entwicklung innovativer Lösungen und als Wissensträger für Handel und Industrie. So verankerte GS1 Germany bereits 2013 Innovationsmanagement als einen Kernprozess in der Organisation und misst ihm seitdem eine wachsende Bedeutung bei. Sinnbildlich dafür steht das 2014 eingerichtete Creative Lab im GS1 Germany Knowledge Center, das Raum für Seminare zu Kreativitäts- und Innovationsmethoden bietet.

Die mehrtägige Weiterbildung „Design Thinking“ oder andere ergänzende Angebote zu Moderation wie Innovations- und Kreativitätsmethoden sind mittlerweile fester Bestandteil des Trainingsangebots von GS1 Germany – sowohl für die interne Entwicklungsarbeit bei Produkten und Projekten als auch als Consulting-Leistung für Kunden. Mit dem für 2017 geplanten „Expertenkreis Innovation“ wird die Ideen- und Trendentwicklung für Unternehmensvertreter verschiedenster Funktionen und Branchen nachhaltig in der Gremienstruktur verankert.

## Ausbau des GS1 Germany Knowledge Center zum Think Tank.

Seit rund sieben Jahren bildet das GS1 Germany Knowledge Center den zentralen Ort für die Entwicklung von Innovationen und Produkten sowie für den Wissenstransfer zwischen den Akteuren der Wertschöpfungskette. Seine realen branchenspezifischen Umgebungen in den sogenannten Livekomponenten wie dem Krankenhaus, der Apotheke oder dem Supermarkt bieten den GS1 Trainings wie der Entwicklungsarbeit der GS1 Community eine adäquate Umgebung. 2016 standen alle Bestandteile des Knowledge Centers auf dem Prüfstand, um sicherzustellen, dass seine Inhalte und Komponenten auf Augenhöhe mit den technologischen und prozessualen Entwicklungen der Digitalisierung sind. Ergebnis ist eine Konzeption für einen Relaunch in den Jahren 2016 und 2017, die nicht nur dem State-of-the-Art-Anspruch nachkommt, sondern vor allem auf eine ganzheitliche Positionierung als Kompetenz-, Trainings- und Innovationszentrum ausgerichtet ist.

### Value Chain Live! – wird zur digitalen Wertschöpfungskette.

Nach der baulichen und inhaltlichen Erweiterung des Knowledge Centers im Jahr 2014 wurde im vergangenen Geschäftsjahr der Raum überarbeitet, der thematisch das Herzstück des Gebäudekomplexes seit seiner Eröffnung 2009 darstellt: die Value Chain Live!

Sie inszeniert die Wertschöpfungskette mit ihren sechs elementaren Stufen vom Erzeuger bis zum Shopper und erläutert anhand verschiedener Produktlebenszyklen die Potenziale der GS1 Standards, Prozesse und Services. Damit bietet die neue Value Chain Live! eine ideale Umgebung für Trainings, Präsentationen und Arbeitsgruppen rund um die GS1-Technologien, aber auch ganzheitliche Themenkomplexe wie Produktinformationsmanagement, Rückverfolgbarkeit und technologische Innovationen.

Das Zukunftsnetzwerk für Innovation, Know-how und Wissenschaft.







**Robotik im Einsatz.**  
Prägende Raumelemente der Value Chain Live! sind sechs zwei Meter hohe Multimedia-Stelen und ein Lightweight-Roboterarm, der den Besucher als Avatar durch den Raum führt. Auf den Rückseiten der Stelen ermöglichen reale Exponate den Praxisbezug, für eine multifunktionale Nutzung des Raumes sorgen moderne Präsentationstechniken.



**Erweiterung der Innovationsflächen des Knowledge Centers.**

Ausgehend von den verstärkten Innovationsaktivitäten des Unternehmens wurde 2016 die Planung für die Vergrößerung des Creative Lab auf einen fast 160 Quadratmeter großen Innovation Space angestoßen. Über einen bewussten Bruch mit konventionellen Raumgestaltungen wird eine

einzigartige Kreativwerkstatt und Ideenschmiede für Co-Creation mit der GS1 User Community geschaffen. Verschiedene Zonen im Raum, beispielweise die Werkstatt für Prototyping und Testing, bilden eine außergewöhnliche Arbeitsumgebung und unterstreichen den Anspruch des GS1 Germany Knowledge Centers, ein Think Tank zu sein.



**Interaktive Shopper Journeys im POS live!**

Seit Bestehen der Livekomponente POS live! ist sie die zentrale Plattform für die Trainings-, Consulting- und Lehrgangsangebote des Bereichs Category Management und Shopper Marketing. So finden beispielsweise zahlreiche Ausbildungen zum zertifizierten Category Manager in dieser realen Szenerie eines Supermarkts statt. Grund genug, um dieses erfolgreiche Konzept eines praxisnahen Trainingsraums weiterzuentwickeln und mit ganzheitlichen, interaktiven Shopper Journeys zu ergänzen. Das Besondere: Über eine Erweiterung der Fläche wird der Supermarkt um die Phasen Pre-Store und Post-Store ergänzt. Interaktive Avatare mit Profilen unterschiedlicher Shoppertypen führen Trainingsteilnehmer und Besucher vom realen Smart Home über den Weg zum Store bis zum kanalübergreifenden Shopping am POS. Dabei werden relevante Innovationen und Trends sichtbar und das interaktive Erleben steht im Mittelpunkt.



# Der Aufsichtsrat.

Handel	Industrie
<b>FMCG</b> <b>Frank Wiemer</b> Stellv. Vorsitzender REWE Group  <b>Christian Bodi</b> dm-drogerie markt GmbH + Co. KG  <b>Rocco Bräuniger</b> Amazon EU S.à r.l.  <b>Peter Fischer</b> Lidl Stiftung & Co. KG  <b>Thomas Storck</b> Metro Cash & Carry Deutschland  <b>Petra Schäfer</b> GLOBUS Holding GmbH & Co. KG  <b>Kay Schiebur</b> Lekkerland AG & Co. KG  <b>Markus Tkotz</b> Markant AG  <b>Heiko Kordmann</b> EDEKA AG	<b>FMCG</b> <b>Stephan Füsti-Molnár,</b> Vorsitzender Henkel Wasch- und Reinigungsmittel GmbH  <b>Matthias Fleischer</b> Nestlé Deutschland AG  <b>Franz-Olaf Kallerhoff</b> Procter & Gamble Germany GmbH  <b>Reinhard Kastl</b> Unilever Deutschland Supply Chain Services GmbH  <b>Matthias Kootz</b> Mondelez Deutschland Services GmbH & Co. KG  <b>Michael Christoph Litzke</b> Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG  <b>Stefan Schult</b> Hela Gewürzwerk Hermann Laue GmbH
<b>CONSUMER ELECTRONICS</b> <b>Dr. Stefan Müller</b> expert AG	<b>CONSUMER ELECTRONICS</b> <b>Dr. Stefan Schwinning</b> Miele & Cie. KG
<b>HEALTHCARE</b> <b>Wilfried E. B. Winzer</b> Universitätsklinikum Carl Gustav Carus Dresden	<b>HEALTHCARE</b> <b>Dr. Meinrad Lugan</b> B. Braun Melsungen AG
<b>TEXTIL</b> NN	<b>TEXTIL</b> <b>Thomas Dalsaß</b> BRAX Leineweber GmbH & Co. KG
<b>DO-IT-YOURSELF</b> <b>Jochen Ludwig</b> OBI Corporate Center GmbH	<b>DO-IT-YOURSELF</b> <b>Tobias M. Koerner</b> GARDENA Deutschland GmbH
	<b>LOGISTIKDIENSTLEISTUNG</b> <b>Alfred Miller</b> Dachser SE  <b>Matthias Heutger</b> DHL Customer Solutions & Innovation

Der Aufsichtsrat von GS1 Germany ist das oberste Entscheidungsorgan der Gesellschaft und dokumentiert in seiner Zusammensetzung das Gleichgewicht der Rollen auf Handels- und Industrieseite und die Relevanz von Standards und Prozessen in unterschiedlichen Branchen.

# Gesellschafter und Beteiligungen.



Lösungen für die Wertschöpfungskette aus einem Unternehmensverbund.



Das EHI Retail Institute ist das Forschungs-, Beratungs- und Bildungsinstitut für den Handel und seine Partner. Zu den rund 600 Mitgliedern zählen internationale Handelsunternehmen und ihre Branchenverbände, Konsumgüterhersteller und Dienstleister. Wichtige Zukunftsthemen des Einzelhandels – von Zahlungssystemen über Logistik- und Verpackungskonzepte bis hin zu E-Commerce – stehen im Fokus seiner Forschungstätigkeit.

Der deutsche Markenverband vertritt die Anliegen der Markenartikelindustrie gegenüber Politik, Marktpartnern und Öffentlichkeit. Seine knapp 400 Mitglieder, die für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Milliarden Euro und im Dienstleistungsbereich von circa 200 Milliarden Euro in Deutschland stehen, sind wesentliche Akteure effizienter Wertschöpfungsketten mit maximaler Kundenausrichtung.

## Positive Entwicklung.



40% GS1 Germany  
60% GS1 US



100% GS1 Germany



100% GS1 Germany



40% GS1 Germany  
30% DHL  
30% Metro



33% GS1 Germany  
33% Ingendo  
33% S. Engel-Flehsig



50% GS1 Germany  
50% EHI Retail Institute

Die 1WorldSync GmbH blickt auf ein ereignisreiches Jahr voller Veränderungen und positiver Entwicklungen zurück. Neben einer deutlichen Umsatzsteigerung verzeichnet das Unternehmen eine weitere Ausweitung des Kundenstamms auf über 25.000. 2016 hat 1WorldSync sich kommerziell und operativ breiter aufgestellt und den Sprung vom reinen Supply-Chain-Dienstleister zu einem Omni-Business-Partner geschafft. Die Entwicklung Omni-Business-basierter Technologien und die Zusammenstellung spezieller Vertriebsteams resultierten im vergangenen Jahr bereits in ersten Neuverträgen mit multinationalen Kunden wie Nestlé, Target und Amazon. Ein weiterer Meilenstein war 2016 die erfolgreiche Entwicklung und Implementierung des Major Release 3 für GDSN und die damit einhergehende Zertifizierung nach ISO 27001 für die Sicherheitsstandards der 1WorldSync. Die positive Entwicklung soll auch 2017 weitergehen und sieht weiteres Wachstum im europäischen und nordamerikanischen Markt sowie eine Erweiterung in den Bereichen Healthcare, DIY und Catering vor.

Die Smart Data One GmbH hat das Geschäftsjahr 2016 deutlich über Plan abgeschlossen. Verantwortlich dafür war der erfolgreiche Ausbau des Kerngeschäfts mit den Services rund um die Pflege von Produktstammdaten im GDSN. Ausschlaggebend für die sehr guten Ergebnisse waren sowohl die kontinuierliche Neukundengewinnung als auch die Services zur operativen Begleitung des Major Release 3 im GDSN. Nicht nur die mittlerweile mehr als 550 Bestandskunden vertrauten dabei auf Smart Data One, sondern auch zahlreiche weitere Lieferanten beauftragten das Unternehmen mit der Migration ihrer gesamten Datenbestände, um den unterbrechungsfreien Austausch ihrer Produktdaten mit allen Handelspartnern nach dem Release-Wechsel sicherzustellen. Darüber hinaus war das Team von Smart Data One maßgeblich am Datenqualitätsprogramm von GS1 Germany beteiligt. Zusammen mit Industrie und Handel wurde ein sogenanntes Data Quality Gate entwickelt. Im erfolgreichen Pilotbetrieb stellte das System seine Wirksamkeit bei der Steigerung der Produktdatenqualität im Global Data Synchronisation Network (GDSN) eindrucksvoll unter Beweis.

Die fTrace GmbH wurde 2016 als 100-prozentige Tochtergesellschaft von GS1 Germany ausgegründet. Das Unternehmen bietet Lösungen für eine transparente und sichere Wertschöpfungskette. Kern des Portfolios ist der Rückverfolgbarkeitsservice fTrace: eine cloudbasierte Lösung, die eine chargengenaue Rückverfolgung auf Basis von statischen und dynamischen Daten ermöglicht. Durch die 2016 geschlossenen Kooperationen mit fünf GS1 Organisationen konnte der Traceability-Service bereits in Spanien, Irland, Hongkong, Ungarn und der Tschechischen Republik eingeführt werden. Mit 45.000 Fertig-, Halbfertig- und Rohwarenartikeln enthält fTrace mehr als zwei Millionen Events pro Monat von 320 Unternehmen aus über 20 Ländern rund um den Globus.

Die European EPC Competence Center GmbH (EECC) hat das Geschäftsjahr 2016 operativ erfolgreich leicht über Plan abgeschlossen und machte inhaltlich einen Entwicklungssprung hin zum Entwickler von EPC-basierten „Predictive Analytics“-Lösungen. Das EECC folgte damit der im Jahr 2015 beschlossenen Strategie, die den Mehrwert des EPCIS-Standards in konkreten Lösungsszenarien aufzeigen soll. Neben der Initiierung von Best Practice Cases visualisiert das Unternehmen diese Lösungen durch den Bau von Demonstratoren, die auf Messen, bei Partnern und in eigenen Showrooms gezeigt werden. Dafür wurde die Fläche des Innovation Lab 3 im Sinne einer End-to-End Supply Chain in Zonen für Consumer, Logistics, Retail und Production umgebaut. Als Highlight konnten dort im Oktober im Rahmen der „EECC InnovationDays“ 15 innovative Nutzendemonstratoren mit den Schwerpunkten „IoT/Sensing meets EPCIS“ und „Predictive Analytics“ präsentiert werden.

Die ferd management & consulting GmbH ist ein Beratungs- und Lösungshaus mit Fokus auf Förderung und Einführung elektronischer Rechnungsprozesse in und zwischen Unternehmen, Organisationen und öffentlichen Behörden. Unter dem Begriff „Management“ bündelt die ferd m & c alle Leistungen im Umfeld transaktionsbasierter Anwendungen für elektronische Rechnungsprozesse; der Begriff „Consulting“ fasst alle Geschäftsaktivitäten im Bereich „Beratung und Projektmanagement“ zusammen. Neben der Beratung zur Einführung von elektronischen Rechnungen baut die ferd m & c Produkte und Anwendungen zur Erstellung, Validierung und Archivierung von elektronischen Rechnungen auf. 2016 hat das Unternehmen die Entwicklung des Formats ZUGFeRD mit der Gründung der „ZUGFeRD-Community“ und der „ZUGFeRD User Group“ entscheidend geprägt. Mit der Etablierung der „ZUGFeRD-Entwicklertage“ etablierte sich ein anerkanntes Workshop-Format bei Entwicklern und Anwendern.

Die Hotelreservierungs- und Tagungsmanagement GmbH (H.U.T.) schaut auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Der Anbieter von Kongress- und Event-Management baute seine Geschäftsaktivitäten international weiter aus und organisierte Events wie Healthcare-Konferenzen in Dubai und Peking, die GS1 Industry & Standards World Conference in New Jersey und Brüssel sowie internationale Meetings in Las Vegas und New York. In der Planung für 2017 sind Kongresse in Chicago, Jersey City, Baltimore, Austin und Brüssel. Aber auch national konnte das Kongressgeschäft erweitert werden. So kam im Do-it-yourself-Bereich zusätzlich zum Baumarktkongress nun auch der GardenSummit dazu. Ebenso in der Planung ist ein deutlicher Zuwachs im Messebereich.

A man in a black long-sleeved shirt and shorts is running in a grassy field. The background is a sunset or sunrise with a grid of red and white lines overlaid on it. The text 'Digitale Zukunft. Ausblick.' is written in a large, white, sans-serif font on the left side of the image.

# Digitale Zukunft. Ausblick.

Die Bewegung hat gerade erst begonnen. Die Digitalisierung nimmt immer weiter Fahrt auf. Sie breitet sich aus. Und wir? Wir sind gut aufgestellt. Das digitale Zeitalter verändert uns, aber wir werden ihm auch in Zukunft den Weg bereiten. Schließlich sind wir die Treiber des Fortschritts. Wir sind der Kopf – und das Bauchgefühl. Wir haben Impulse gesetzt. Wir haben Prozesse angestoßen. Wir haben gemeinsam die technischen Grundlagen für eine digitale Zukunft gelegt. Es ist an uns, auch weiterhin Verantwortung zu beweisen: Mit Standards, die die Strukturen von morgen festigen. Mit Services, die Kunden und Branchen digital verknüpfen. Mit einer Plattform, die nicht nur Raum für Beratung schafft, sondern Vertretern von Handel und Industrie die Möglichkeit gibt, die Zukunft weiterzuentwickeln. Wir arbeiten auch im nächsten Jahr daran, die Sprache der Marktteilnehmer weiterzuentwickeln.



